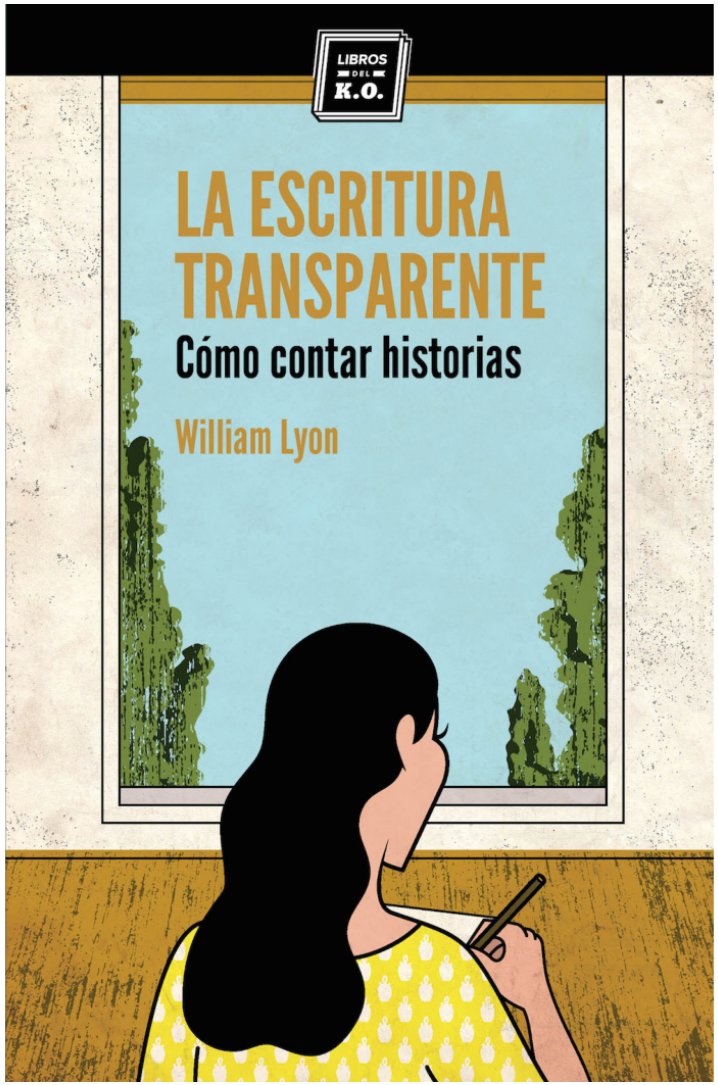
LIBROS DEL K.O.
LA ESCRITURA TRANSPARENTE
Cómo contar historias
William Lyon

la escritura transparente

Cómo contar historias

William Lyon

LIBROS DEL K.O.

PRIMERA EDICIÓN: septiembre de 2014
TÍTULO ORIGINAL: *La escritura transparente. Cómo contar historias*
© William Lyon, 2014
© Libros del K.O. S.L.L., 2014
www.librosdelko.com

ISBN: 978-84-16001-27-9
DEPÓSITO LEGAL: M-23994-2014
CÓDIGO BIC: CBWJ / KNTJ

ILUSTRACIÓN DE PORTADA: Marcos Morán
DISEÑO DE CUBIERTA Y ARTES FINALES: María O'Shea Pardo
CORRECCIÓN: Tamara Torres

Manual muy útil
con
valiosos consejos para futuros periodistas e incluso para
algunos que llevan tiempo en la profesión,
y a la vez
sencilla pero rigurosa orientación para
cualquier persona que quiera mejorar su prosa y
comunicar por escrito,
más unas
sagaces observaciones y sugerencias sobre el
poco practicado oficio de «editar» los textos,
e incluso
alguna amena anotación en torno al carácter ibérico;
todo esto
ofrecido con la mejor buena fe, y tras casi medio siglo de
trabajo en España, por el periodista guiri

William Lyon

For Sofi, she knows why

«La buena prosa es como el cristal de la ventana».
George Orwell *(Por qué escribo)*

1. Entradilla

> «Nada necesita más reformas que las costumbres de los demás».
>
> Mark Twain

En el otoño de 1982, tras algunos meses de espera, al fin fui recibido por el director de *El País*, Juan Luis Cebrián. Había publicado un par de reportajes en la revista dominical de su diario, y ahora le iba a pedir un puesto de trabajo fijo. Para mí era algo importante, porque llevaba años en una situación económica sumamente precaria, pero como tampoco tenía nada que perder, había elaborado una osada táctica. Tras un breve intercambio de formalidades declaré: «Muchas de las noticias de tu periódico están mal redactadas».

«Bueno», me contestó, «tenemos correctores de estilo».

Le hice saber que si bien estos anónimos eruditos sabían de reglas ortográficas, era obvio que no se ocupaban de la correcta estructura y presentación de las noticias. No existía la sección de Edición que tienen los periódicos en lengua inglesa.

Añadí que una de las cosas que más llama la atención a los corresponsales extranjeros cuando llegan a España es el desesperante descuido de los periodistas al escribir —cosa que, sospecho, Cebrián ya sabía.

Antes de que pudiera decir nada, le enseñé un breve documento que había elaborado y que —modificando el título de un volumen del que se enorgullecía mucho la empresa— había bautizado como «Libro (negro) de estilo de *El País*».

Cebrián lo inspeccionó con interés. Contenía recortes de su diario y, en los márgenes, observaciones irreverentes escritas con boli rojo. «Esta parte

no se entiende», o «esta información se puede contar en mucho menos espacio» (con las correspondientes tachaduras de las palabras y frases superfluas), o «aquí faltan datos», o «esta noticia no empieza, en realidad, hasta el tercer párrafo», o «el lector se queda con la duda de si...», o «¿cómo puedo entender esta noticia si no se me explica quién es el señor Pérez?».

Le dije a Cebrián que yo podría ayudarle a conseguir una lectura más ágil, directa y amena para *El País*. Me sonrió. ¿Picaría? ¿O pensaría que yo era un chalado y, además, un insolente? Nos despedimos con amabilidad. Pasaron unas semanas, un par de meses... Yo iba olvidándome de la entrevista, hasta que un día me llamó su secretaria: «¿Puedes empezar el lunes?».

2. Un mal endémico

> «La tesis, si no la explicamos en la entradilla, deberá anunciarse en el párrafo siguiente: no hay nada más irritante que comenzar a leer un artículo y no saber de qué va».
>
> Manual de estilo de *El Sol*

Se escribe mal. Escribimos mal. Lo leo en todas partes, a lo largo del día.

Me levanto por la mañana, bajo en el ascensor y abro mi buzón. Me ha llegado una carta que empieza así: «Acuso recibo de su amable misiva del pasado día 20, y si bien nos gustaría poder ofrecerle una posición remunerada en el campo de su especialización, me veo obligado a poner en su conocimiento que a día de hoy...».

Dejo de leer porque ya he llegado a dos conclusiones: 1) Este señor es un borrico; 2) Yo no quiero un jefe así.

Leo otra carta, enviada el día 3 de enero por el presidente de una importante multinacional: «El nuevo año que acabamos de iniciar va a ser un año crucial...». Creo que tenía que haber escrito: «Este nuevo año será crucial...». El presidente prosigue: «Esperamos una respuesta afirmativa por parte de las autoridades a nuestra solicitud...». Yo habría puesto: «Esperamos que las autoridades aprueben nuestra solicitud...».

Pero de nuevo desisto, ya me ha hartado este aburrido presidente que no sabe expresarse de forma concisa.

Paso por delante de mi banco. Se anuncian las excelencias de un nuevo plan de inversión que incluye atractivas «funcionalidades y potencialidades». ¿Cómo? Por un momento me siento tentado a volver a mi arriesgado oficio de intrépido reportero de investigación para averiguar exactamente qué son «funcionalidades y potencialidades».

Compro el periódico. Seguramente los periodistas —profesionales que

tienen que escribir bien por necesidad— no me fallarán. Pero...

Una noticia sobre política nacional está llena de opinión —tendenciosa, a mi parecer— y además no cita ninguna fuente.

Otra noticia, que trata de la volátil situación en Yemen, aporta tal cantidad de datos mal organizados en tan poco espacio que, para comprenderla, tendrías que ser especialista en Oriente Medio —y puede que ni por esas.

A veces ni aciertan con las noticias más cortas: un «breve» sobre un premio otorgado durante unas jornadas —no importa el tema— no me dice quién las organizó, ni cuándo se celebraron, ni cuántos concursantes había, ni en qué consistió la acertada gestión que valió tan preciado galardón.

Hay noticias hinchadas. Otras noticias son demasiado cortas. Las hay que despiertan cierta curiosidad que luego no satisfacen, y otras que no utilizan bien el espacio disponible. Leo una noticia sobre los problemas de los cineastas principiantes que aporta una larga lista de burócratas desconocidos, pero ninguna declaración de un joven director de cortos. ¿Cómo se ha colado una notica tan mal hecha?

Otros escritos son anodinos. Un reportaje sobre los trasplantes de órganos en España —un tema apasionante para la mayoría de los lectores — se queda en un recitado estéril de estadísticas. Al lado de noticias y reportajes bien presentados, hay otros difusos, incompletos, autocomplacientes o que se andan por las ramas. Y esta enumeración de fallos es aleatoria; como veremos en este libro, hay muchos más.

Pero si los contenidos son malos, es casi peor el estilo.

Uno de los fallos más corrientes es el uso de palabras superfluas, como en aquella carta del presidente anodino. Nos hemos acostumbrado tanto a este vicio que en ocasiones ni nos damos cuenta de ello, aunque inconscientemente percibimos una falta de sinceridad por parte del autor.

Otro defecto común son las frases largas, que muchas veces restan claridad. Hay frases largas que se comprenden a la perfección y frases cortas que no se comprenden nada, pero por lo general las cortas se entienden mejor que las largas.

En busca de buen estilo abro el suplemento cultural del periódico: aquí escriben los sabios. Pero a veces los más sabios se expresan mal. La crónica de un libro comienza de la siguiente manera:

> El imparable ocaso de la tradición *(quod traditum est)* y la incontinencia de un presente insaciable parecen haber provocado, hoy, una profunda mutación en la naturaleza misma de nuestra relación con el pasado, cuya debilidad es patente en los productos de la cultura de masas, que alimentan el imaginario

> seudo-histórico y la percepción distorsionada de un público entregado al *marketing* de la nostalgia y a la escenificación *kitsch* de un tiempo perdido.

¡Y así seguía durante ocho párrafos más! Si la lectura del periódico es «la oración matinal del agnóstico», hay mañanas en las que uno quiere volver a la cama y seguir durmiendo.

Y todo esto pasa hasta en las mejores familias. En 2011, en dos entregas consecutivas, la Defensora del Lector de *El País,* ante un aluvión de quejas de los lectores, lanzó una crítica contundente contra muchas de las noticias aparecidas en el periódico. Denunció, entre otros fallos, «errores gramaticales, ortográficos y tipográficos», «piezas muy descuidadas», «errores en datos y contenidos [...] que desafían toda lógica», «ignorancia», «deterioro en el uso del lenguaje» y «pies y titulares que se cambian y confunden». Sus críticas podrían aplicarse a los demás medios de comunicación.[1]

¿Cómo hemos llegado a este punto? En parte, según un veterano periodista español, se debe a que muchos redactores no entienden lo que escriben o escriben para sus fuentes, o temen escribir «para tontos»; este último aspecto «ha conseguido que generaciones de periodistas pareciesen más inteligentes a costa de que sus lectores permaneciesen más desinformados».

Según otro periodista español, con casi medio siglo de experiencia, «los periodistas aquí han leído demasiados artículos mal hechos, mientras que los de los países de habla inglesa han leído periódicos que —al margen de su contenido— presentan artículos accesibles y bien hechos, modelos de artesanía».

Todo esto contribuye a lo que el novelista y académico Javier Marías llama «la infantilización inducida o deliberada del mundo»:

> Cada vez hay más gente adulta a la que le da reparo mostrar un buen dominio de la lengua, hacer gala de un léxico rico, comunicarse con claridad y exactitud, lo cual lleva rápidamente a que *dé lo mismo* lo que se diga, con el pretexto de que en todo caso «se me ha entendido». También se entendían en lo fundamental los prehistóricos que carecían de lenguaje. El desarrollo y perfeccionamiento de este, su progresiva sutileza, han sido sin embargo el mayor logro de la humanidad, al que los actuales humanos —por lo menos los españoles— parecen deseosísimos de renunciar.[2]

Según algunas autoridades, la situación podría calificarse de seria: un informe de 2013 del Programa Internacional para la Evaluación de la Competencia de los Adultos (PIACC) señala que, entre veintitrés países,

España ocupa el penúltimo lugar en comprensión lectora.

Pero esto no ha de extrañarnos. Incluso en los colegios privados más selectos, pocas de las redacciones que producen los alumnos son corregidas desde el punto de vista del estilo. ¿Cuántos profesores tienen el interés o la preparación para ofrecer al escolar una crítica constructiva o darle pautas sobre cómo expresarse mejor? Otro tanto pasa en la masificada universidad pública. ¿Cuántos ejercicios escritos realizan los estudiantes a lo largo de la carrera? Aparte de las lógicas críticas al contenido, ¿hicieron los profesores observaciones sobre su presentación? A juzgar por el pésimo estilo literario de tantos catedráticos, ¿habrían sido de utilidad?

En el caso de los estudiantes de Periodismo, la realidad también es desalentadora. Un recién licenciado de una universidad pública se queja de la inmensa cantidad de teoría que tuvo que estudiar, y de la casi nula formación práctica. Otro joven periodista, que estudió en una universidad privada, manifiesta: «En toda la carrera apenas me corrigieron tres o cuatro ejercicios —y, además, eran profesores con poca experiencia profesional, o ninguna—». Es como si a los carpinteros se les preparase enseñándoles las distintas especies de árboles, la historia de los muebles y las formas de utilizar las diferentes herramientas..., sin dejarles entrar en un taller. A lo mejor este libro les sirve de ayuda.

Porque escribir bien es esencial. En una época en la que los puestos de trabajo en el periodismo están disminuyendo de forma alarmante, es preciso dominar las herramientas básicas de la profesión. Estas habilidades serán especialmente valiosas en la incierta era digital cuando —a pesar de las nuevas tecnologías— la misión del periodista seguirá siendo la de siempre: contar una noticia de la manera más clara y directa posible. Es más, ante una Red con mucho contenido tóxico, van a destacar los periodistas y medios que mejor comunican. También los que practican el llamado «periodismo ciudadano» y los autores de los *blogs* tendrán más credibilidad si se expresan de forma eficaz. Y aunque todos los licenciados en Periodismo no vayan a encontrar trabajo en ese campo, por lo menos la capacidad de escribir bien les puede servir en otras ocupaciones.

Este libro está dirigido a periodistas, pero creo que también puede ser de interés para no profesionales: para el hombre de negocios que quiere expresarse mejor[3] y para el escritor aficionado que se atreve a enfrentarse al proyecto que le ha obsesionado durante años: un ensayo autobiográfico, el relato de un largo viaje, un tratado sobre un artista desconocido o el toreo en la región valenciana o el apasionante *hobby* de la apicultura.

Todo se puede escribir e incluso publicar. Casi cualquier historia puede gustar a unos lectores medianamente educados con tal de que el autor

conozca la materia, sea entusiasta y cuide la escritura. Según H. L. Mencken, «No hay temas aburridos, solo escritores aburridos».

De modo que este libro no versa sobre la técnica de la entrevista ni la ética periodística. Nada hay aquí de «Los medios de comunicación en una sociedad democrática». El joven que quiera ilustrarse sobre «Regulación jurídica de la documentación» o adentrarse en los secretos del «Cromatismo en prensa» tendrá que matricularse en una facultad de Periodismo. Aquí vamos a examinar algo mucho más básico: cómo conectar con un lector.

También es una invitación a ampliar el proceso que aquí llamamos edición, por el que los textos son mejorados en contenido y estilo. Es una tarea que siempre ha sido infravalorada en España, pero que, en vista de lo que se lee todos los días, es cada vez más necesaria.

No es fácil escribir bien. Una minoría parece haber nacido con este don, pero los demás seguimos aprendiendo. Este libro contiene algunos consejos, reglas, lecciones y trucos adquiridos durante casi cincuenta años de reportero, editor y profesor. No garantizo que enseñe a escribir mejor —eso solo llega con la práctica—, pero sí cuenta cómo sortear algunos de los escollos del camino.

Es el libro que me habría gustado tener cuando empezaba.

3. En primera persona

> «Soy periodista porque no sé hacer otra cosa».
>
> Bernard Levin

Yo había trabajado en Madrid en un humilde semanario en inglés y como corresponsal del periódico estadounidense de espectáculos *Variety*, pero mi primer empleo verdadero en la profesión fue a finales de los años sesenta, en la agencia de noticias norteamericana United Press International (UPI).

La pequeña redacción, en la entreplanta de un edificio a una manzana del Congreso de los Diputados, parecía sacada de la película *Primera plana*. Un suelo que crujía, un par de escritorios anticuados y unas enormes y pesadas máquinas de escribir Underwood y Remington de los años treinta. Una vez redactadas, las crónicas se tenían que «picar»; se copiaban por medio del teclado de un artilugio que producía una cinta de papel agujereada —cada grupo de orificios correspondía a una letra— que se pasaba por la ranura de un télex que conectaba con Londres. El proceso de enviar fotos, hoy una operación casi instantánea, era igual de anticuado. Después de revelar la película, la imagen impresa, con el pie de foto, se pegaba al tambor giratorio de un aparato que la transmitía por línea telefónica. Una foto tardaba en pasar un cuarto de hora.

Pululaban por allí toda clase de corresponsales extranjeros: unos alegres italianos, un agrio holandés, un panameño con teorías conspirativas de la historia. Solo les faltaban esos sombreros de fieltro con una tarjeta de *Press* en la cinta. La UPI alquilaba una oficina a dos ingleses que

proporcionaban a la prensa amarilla de su país noticias sobre los avatares de los turistas británicos en la Costa del Sol (muchas veces descrita como «Costa del Crimen»). Un chino de la isla de Taiwán mandaba por nuestro télex crónicas, en un inglés rudimentario, sobre cualquier cosa relacionada con ese pequeño país; la visita de un pianista chino (¡pero no de la China comunista!) era motivo de despachos urgentes durante días. Desde la UPI se transmitían en español las implacables crónicas antifranquistas del corresponsal en Madrid de *Le Monde*, José Antonio Novais. Antes de que las mandara, las leíamos atónitos. «¡Ostras! ¿Cómo se atreve a escribir esto?». A Novais las autoridades le hacían la vida imposible, pero él nunca dio su brazo a torcer.

Estábamos en continua competición con las demás agencias extranjeras —en particular, con la norteamericana Associated Press (AP) y la británica Reuters— por ser los primeros en mandar una noticia importante. Ganar a los demás por unos minutos era un gran triunfo. De ahí la frase *«Get it first but get it right»* («consigue la noticia primero, pero que sea correcta»). Esta lucha también se fomentó a través de un sondeo diario de los principales periódicos del mundo que recibían los servicios de UPI y AP que señalaba cuántos clientes habían utilizado nuestra noticia sobre un acontecimiento importante y cuántos la del rival.

Pero también respetábamos la larga tradición periodística de pasarlo bien en el bar de enfrente. Como entonces no había teléfonos móviles, alguien había colocado en la ventana de nuestra oficina una bombilla que estaba conectada al teléfono. Cuando, desde el bar, veías que se encendía la bombilla, a veces llegabas a tiempo de coger la llamada. Yo tenía turno hasta la una de la madrugada, cuando el jefe estaba en casa y la fiesta podía seguir en la misma redacción, a veces con la presencia de dos serenos, Luis y Alberto. Esos hombres sí que bebían.[4]

Como sabía poco sobre las agencias y su forma de trabajar, pregunté a un compañero experimentado si había algún «manual de instrucciones». Señaló las dos máquinas de teletipos, cada una con un rollo de papel donde se imprimían sin cesar las noticias que se recibían de las sucursales de la UPI en todo el mundo. «Leer», me aconsejó.

Leí y me di cuenta de los distintos tipos de noticias que ha de dominar un redactor de agencia: las maniobras diarias entre gobierno y oposición, el choque de unos trenes, un partido de fútbol, un descubrimiento científico, una entrevista, un magnicidio, una nota cultural, el obituario de un famoso, un reportaje, un cambio de gobierno... Cada uno requiere un tratamiento diferente y, poco a poco, tras la lectura y la práctica, el periodista se va metiendo en la cabeza unos modelos. He conocido a corresponsales de agencia que redactaban como si tuvieran delante un

patrón de cada tipo de noticia y solo les faltara llenar los espacios con los datos del momento. Sin embargo, sabían cambiar de plan si así lo exigía la situación. ¡Y qué rápidos eran!

En definitiva: esto no se aprende en dos días.

Menos mal que siempre había alguien para repasar las noticias del novato antes de que se enviaran. «Aquí hace falta una cita directa de un experto», me decía un compañero. El jefe: «Aquí se necesitan unos antecedentes, vete al archivo» o «Aquí vendría bien una opinión contraria, ¿por qué no llamas a Fulano?». Lo peor que podías hacer era *«to bury the lead»* («enterrar la entradilla»), un fallo común entre principiantes: colocar el dato más importante, la esencia de la noticia, en el segundo o tercer párrafo. En Londres había otros editores, alguno muy severo. Lo que más temíamos era un «cohete», una reprimenda señalando un patinazo. O, peor aún, tener que mandar a los clientes la corrección de una noticia que ya tenían.

Como entonces no había ordenadores, era preciso elaborar las frases en el cerebro antes de tocar el teclado. Aun así, al repasar la noticia, tenías que tachar e insertar palabras a mano o indicar un cambio en el orden de los párrafos. Hoy, en cambio, un ordenador corta y pega trozos de texto sin más, y se pueden pulir las frases hasta que queden bien. La diferencia es enorme. Pero el ordenador puede acarrear ciertos peligros: muchos periodistas, al saber que pueden cambiar un artículo infinidad de veces en la pantalla, no piensan lo suficiente antes de escribir.

Por aquel entonces se bromeaba en la UPI diciendo que escribíamos para *the Kansas City Milkman,* el hombre que entregaba a domicilio las botellas de leche en aquella ciudad. Los artículos tenían que ser sencillos y directos para que ese hipotético lector, probablemente sin mucha educación ni cultura, pudiera comprenderlos a la primera. La regla de oro era sujeto, verbo, complemento; verbos activos, no pasivos. Las palabras normales y corrientes desterraban a las largas y pretenciosas; si bastaba una, ¿para qué usar tres? Las frases, cortas.

También eran cortos los párrafos, casi todos formados por una sola frase.

Al principio, debido a su absoluta sencillez, me costaba asimilar este estilo; lo que parecía fácil era, en el fondo, de lo más difícil. Pero tarde o temprano el redactor de agencia adquiere más oficio. Los mejores —y nunca me he considerado uno de ellos— aprenden a ordenar sus crónicas de forma sólida y a redactarlas con soltura. Gracias al peculiar estilo casi telegráfico, aunque no lo utilices más tarde en otros medios de comunicación, te acostumbras a eliminar lo superfluo e ir al grano. Como muchos periodistas, creo que la agencia es la mejor escuela.

En Portugal, durante la Revolución de los Claveles de 1974, que derrocó una dictadura, practiqué un género más escueto y breve todavía: la cuña de radio, una noticia corta grabada en casa o en la calle con sonido de fondo.

Desde luego, la noticia estaba en la calle: en ataques a las sedes de los partidos, en manifestaciones de protesta, en los discursos de los líderes políticos ante la muchedumbre... Me llamaban la atención los anarquistas, que se burlaban de todo. Cuando unos ultraizquierdistas coreaban «¡Libertad inmediata para todos los presos antifascistas!», los guasones ácratas contestaban «¡Libertad inmediata para todas las sardinas en lata!». Visité unas tierras que habían sido ocupadas por los campesinos. Mientras cosechaban, cantaban como en una película revolucionaria de Eisenstein. A veces los eventos se sucedían a tanta velocidad que el día a día parecía un viaje en una montaña rusa. Pero nos encantaba. Creíamos aquello de que «el periodismo es el borrador de la historia». ¡Quién fuera joven en una revolución!

Mi emisora, la NBC, quería dos versiones de cada noticia: una de 30 segundos y otra de 45, de modo que había que contar cada palabra. Le interesaba en especial el sonido directo de las manifestaciones con sus gritos al unísono. El locutor en Nueva York daba el siguiente titular: «En Portugal se ha celebrado otra manifestación masiva en contra del gobierno militar. Nuestro corresponsal en Lisboa tiene los detalles». A continuación, con ese sonido de fondo, yo describía en una frase la escena que presenciaba. En la segunda frase explicaba lo que pretendían los manifestantes. En la tercera y última frase proporcionaba un poco de contexto político y social de la manifestación. No podía haber la menor imprecisión, ya que el oyente, a diferencia de un lector, no puede repasar el texto para aclarar dudas.

Durante un par de años esta revolución fue noticia de primera página en todo el mundo. La revista *Time* publicó una portada con el aviso «Troika roja en Lisboa», y el siniestro secretario de Estado norteamericano Henry Kissinger auguró el comienzo de una toma de poder comunista en Europa. Por supuesto, llegaron las televisiones.

Al observar de cerca al equipo de la NBC —corresponsal, operador de cámara, técnico de sonido y productor—, descubrí otra manera de contar las noticias. Durante varios días grabaron entrevistas, escenas callejeras, planos del corresponsal hablando. Mientras este elaboraba su narración, se procedía a un montaje preliminar del vídeo. Después se afinaba, quitando un plano aquí, añadiendo otro allá sin fisura, cortando una frase de la narración, aprovechando el sonido natural, dejando un silencio expresivo... Se cuidaba al máximo la relación entre idea e imagen. El

resultado era impecable: un mini-documental fascinante que duraba solo tres minutos y que, sin embargo, conseguía resumir con elocuencia un momento importante en la vida del país.

Tras estas primeras experiencias profesionales —agencia, radio y televisión, cada una con sus particularidades—, llegué a varias conclusiones.

La primera es que la escritura no brota de forma espontánea, requiere un esfuerzo. Hay que pensar. Pero pensar puede ser difícil, una tortura, incluso, extenuante. La naturaleza humana se resiste a este esfuerzo. En palabras del pintor inglés Joshua Reynolds (1723-1792), «Una persona recurrirá a cualquier tipo de táctica con tal de evitar el auténtico trabajo de pensar». Es especialmente difícil pensar cuando hay que escribir contra reloj. Pero con la práctica, aumentan los reflejos.

La segunda conclusión es que toda escritura es una cuestión de organización; qué es lo que cuentas, dónde lo cuentas y con qué extensión. Cuanto más tiempo te tomas para ordenar los elementos fundamentales —con un breve boceto, en papel o en pantalla—, más rápido podrás escribir la noticia. Lejos de perder tiempo, lo estarás ganando, evitando salidas en falso. Esto parece de cajón, pero es sorprendente el número de periodistas, algunos con mucha experiencia, que no se toman la molestia de organizarse antes de escribir. Por saltarse este paso se han redactado verdaderas tonterías. Las hemos redactado todos.

Todo este proceso tiene un solo objetivo: llegar al lector o al oyente. Y esta es la tercera conclusión: es preciso pensar en el lector constantemente. El periodista no escribe para lucirse ante los especialistas, ni para complacer a un entrevistado, ni para impresionar a una chica, ni para deslumbrar con un estilo brillante. Escribe para comunicarse con ese lector o ese oyente. Hay que ayudarlo, mimarlo.

Y una última conclusión, como luego veremos con más detalle: antes de llegar al lector, casi toda escritura se puede mejorar con una buena revisión por parte de otra persona.

Desde aquellos comienzos comparo el oficio de periodista —del medio que sea— con el de alfarero. Nuestras noticias no son más que botijos. Los hay sencillos, para utilizar en el campo y en la fábrica en días de calor. Otros, de Talavera de la Reina o de Granada, de vivos colores y gran belleza, requieren más trabajo y creatividad. Pero, en el fondo, todo periodismo no es más que artesanía que cumple una función: la de informar.

Hace poco deambulaba por la ciudad pensando en estas cosas cuando de repente me encontré en la plaza de las Cortes. La UPI ya no está. Tras

décadas de pésima gestión y múltiples y pintorescos dueños —entre ellos, la secta Moon, un magnate de muebles mexicano y unos inversores de Arabia Saudí—, la agencia apenas tiene actividad. De tener 200 sucursales en 92 países, ha pasado a tener oficinas en tan solo cinco. Nuestra antigua delegación en Madrid es ahora un lujoso restaurante japonés. En la sala de teletipos, donde bebíamos vino peleón con rudos serenos, ahora se sirve un suculento sushi a precios desorbitados.

4. Las fuerzas de choque

«Escribir es pensar sobre el papel».

William Zinsser

No soy el primero en comparar a los periodistas de agencia con los soldados rasos. Los dos grupos libran la primera batalla y luego se marchan a otro lugar conflictivo. A continuación, guiados por el humo, vendrán los generales de análisis y opinión para colgarse medallas, pero el trabajo sucio ya está hecho por estos aguerridos reporteros. Sus armas no son sofisticadas, pero sí eficaces, y al joven periodista le conviene conocerlas bien antes de entrar en combate.

El despacho de agencia —como la mayor parte de las noticias— se basa en lo que se conoce en muchos idiomas como las cinco «w»; hay que contestar a las preguntas *who, what, when, where* y *why* (quién, qué, cuándo, dónde y por qué). También, a *how* (cómo). Estos datos se ordenan en la famosa «pirámide invertida», en la que la información más importante está al principio y el resto se coloca en orden descendente. De esta manera, el lector puede dejar de leer en cualquier momento y sabrá de qué va la noticia. También se construye así por un motivo práctico: cuando hay menos espacio disponible en un periódico —o menos tiempo en una emisora de radio o televisión—, una noticia bien construida se puede cortar desde abajo sin perder su esencia.

En una noticia de agencia tiene especial importancia el primer párrafo, la entradilla, que suele ser de una frase. Lo ideal es que contenga el mayor número posible de respuestas a las cinco «w». La siguiente entradilla describe el primer discurso del dictador libio Gadafi ante el acoso popular

a su régimen:

> TRIPOLI (Reuters). Un desafiante Muamar el Gadafi afirmó el martes estar dispuesto a morir como «un mártir» en Libia, y prometió aplastar una revuelta que ha liberado las regiones del este tras 41 años bajo su control y que derivó en disturbios mortales en la capital.

Aparte de contener la información esencial —las cinco «w»—, esta entradilla proporciona fondo: zonas orientales del país se han liberado, hay choques mortíferos en la capital y su reinado ha durado ya 41 años. Incluso hay una breve cita directa: «un mártir». Y todo eso en 44 palabras. Esta entradilla no se fraguó al azar.

El arranque de la noticia de Associated Press, aunque fechada en El Cairo, era parecido:

> EL CAIRO (AP). El líder libio Muamar el Gadafi juró luchar y morir como «un mártir», y apeló a sus seguidores a recuperar las calles tomadas por manifestantes que reclaman su destitución, mientras gritaba y agitaba el puño en un discurso lleno de furia el martes en la televisión estatal.

Además, este párrafo nos da la fuente de la noticia: un discurso del dictador. Esto de las fuentes es importante, y en una noticia de agencia la fuente suele venir en uno de los dos primeros párrafos.

Pero, un momento, a algunos lectores la entradilla de Reuters sobre Gadafi les parecerá algo larga. ¿Qué dato se puede eliminar para contar más tarde? A lo mejor eso de que Gadafi ha gobernado durante 41 años. Entonces quedaría así:

> TRIPOLI (Reuters). Un desafiante Muamar el Gadafi afirmó el martes estar dispuesto a morir como «un mártir» en Libia, y prometió aplastar una revuelta que ha liberado las regiones del este y que derivó en mortales disturbios en la capital.

Sí, mejor. Ahora son 38 palabras, más o menos el límite que recomiendan Reuters y AP. Una entradilla redonda, en la que no falte ni sobre nada, es una pequeña labor de relojero, y una vez conseguida, los demás datos suelen encontrar su lugar natural. También es una invitación a seguir leyendo. Reuters:

> Gadafi, ataviado con una túnica marrón, se mostró furioso y golpeó el atril ante el que hablaba en el exterior de una de sus residencias, dañada en 1986 en un bombardeo en el que Estados Unidos intentó asesinarlo. A su lado se erigía un

monumento de un puño gigante aplastando un *jet* estadounidense.

El segundo párrafo debe ampliar el comienzo. En este caso también aporta algo de color y un antecedente: el bombardeo norteamericano de 1986. No sé si este dato merece figurar tan pronto en la noticia, aunque en el momento del discurso Libia estaba siendo bombardeada por las fuerzas de la OTAN, que incluían las de Estados Unidos. Associated Press hizo lo mismo en su segundo párrafo:

> Gadafi, envuelto en una túnica marrón y con turbante, habló desde un podio levantado en la entrada de un edificio destruido por las bombas que parece ser su residencia de Trípoli, que fue alcanzada por los ataques aéreos de Estados Unidos en los años ochenta y que se ha dejado sin reconstruir como gesto simbólico de desafío.

No siempre toda la información básica cabe en la primera frase, y habrá que colocar algunos de estos elementos en la segunda. Hay que hacer una valoración. Unos periodistas colocarán los datos de una manera y otros los presentarán en otro orden, pero con tal de que no se omita nada esencial, las dos soluciones pueden ser igual de válidas. Lo que no es admisible es que de repente nos tropecemos con un dato que, por su importancia, tenía que haber estado más cerca del comienzo.

El tercer párrafo de Reuters era el siguiente:

> «No voy a dejar esta tierra, moriré aquí como un mártir», dijo Gadafi en el canal estatal de televisión, negándose a ceder ante las demandas de algunos de sus propios ministros, diplomáticos, soldados y manifestantes que han desafiado la dura represión y pedido que se marche.

Este tercer párrafo es típico del estilo de agencia: contiene una cita directa que, colocada en este lugar, aporta gran fuerza y veracidad. Creo recordar que en UPI era casi obligatorio colocar una cita directa en el tercer o cuarto párrafo. Al parecer, también lo era en AP, cuyo tercer párrafo decía así:

> Gritando en un confuso discurso, se describió a sí mismo como «un guerrero» y proclamó: «Libia quiere la gloria, Libia quiere estar en la cima, en la cima del mundo».

Ahora bien, si no disponemos de una cita directa, o la cita es débil o no viene a cuento, se debe omitir. O a lo mejor su lugar natural es más abajo. Cada noticia es diferente.

De modo que ya sea en una agencia, en un periódico o en una emisora, la mayor parte de las noticias siguen este modelo: lo más importante, al principio.

En el caso que nos ocupa, el resto de la noticia —en las versiones de las dos agencias— aportó más citas directas del discurso de Gadafi e información sobre las protestas en otras partes de Libia y el hecho de que la revuelta seguía a las rebeliones populares en Túnez y Egipto. Hubo declaraciones de algunos manifestantes, ejemplos de la represión de las fuerzas del dictador, reacciones en Estados Unidos y Europa, algo sobre la importancia estratégica de Libia como productor petrolífero, del éxodo de ciudadanos atemorizados... De esta manera, un acontecimiento puntual dio pie para pintar un cuadro detallado.

Para conseguir esta eficacia es preciso dosificar la información. Esto puede parecer lógico, pero he visto cómo a los alumnos de un máster les cuesta separar el grano de la paja. Por ejemplo, en un ejercicio donde tienen que informar del supuesto naufragio de un petrolero español en aguas del Estrecho. La información la reciben durante una apresurada entrevista telefónica desde Madrid con un ficticio teniente Pedro Pérez, del Cuartel General de la Zona Marítima del Estrecho.[5]

En los dos primeros párrafos es preciso informar de que el barco está a la deriva en medio de una gran tormenta, pero muchos detalles —«con olas de hasta ocho metros y vientos de hasta 150 kilómetros por hora», en palabras de Pérez— se pueden guardar para más tarde. Al escribir que seis marineros han desaparecido, no hay que decir «... de una tripulación total de treinta marineros, la mayoría serbios, rusos y magrebíes», sino dar este dato más abajo. Lo mismo con la ubicación del barco: al principio es suficiente escribir «cerca del estrecho de Gibraltar», para más tarde precisar «seis millas al este del Peñón y cinco millas mar adentro». Diremos que este hecho se produjo cuando el petrolero chocó «con un objeto no identificado», pero vamos a guardar la explicación del teniente —probablemente colisionó con un contenedor caído de otro barco a causa del temporal— hasta más adelante; de momento es más importante contar que el buque está derramando crudo y que puede partirse en dos.

O sea, si una noticia de agencia tiene que concentrar la máxima información en el mínimo espacio, solo ha de proporcionar la información necesaria en cada momento.

* * *

Es casi seguro que el periodista que trabaja en un diario tendrá que manejar teletipos de agencia, bien editándolos antes de su publicación, bien cortándolos para que quepan en un espacio determinado, tanto para

la edición en papel como para la página web. Esto se hace también en las emisoras de radio o televisión.

Los despachos de agencia —u otras fuentes de información— también se utilizan para elaborar los breves de los periódicos. Antaño, los breves tendían a ser noticias de poca trascendencia; muchas veces eran utilizados para rellenar columnas. Pero hoy en día, para ahorrar espacio y no cansar al lector, muchas noticias de importancia se presentan de forma abreviada. Seguro que el principiante tendrá que manejar este formato.

El breve suele comenzar con un epígrafe —Drogas, Partidos, Ciencia, Autonomías, Bolsa, etcétera— seguido de un titular corto. Claro que no debe haber ninguna repetición en estos dos elementos, y deben aportar suficiente información para que el lector pueda entender lo esencial de la noticia y, si quiere, dejar de leer. El texto del breve ha de entenderse sin necesidad del epígrafe y el titular.

Soy partidario de que contenga de 60 a 65 palabras, ya que, al escribir menos, hay riesgo de sacrificar datos esenciales y de dejar al lector con dudas. El breve termina con la mención de la fuente (EFE, Europa Press, Agencias/ABC, etcétera). En muchos casos esto nos libra de tener que incluir una fuente en el cuerpo del breve, con el consiguiente ahorro de palabras.

Al elaborar un breve, no hay que seguir el teletipo al pie de la letra; es más bien una guía, y cuando sea preciso hay que parafrasearlo. A veces se redacta un breve con los teletipos de hasta tres agencias diferentes, lo que puede causar problemas. En lugar de saltar de una noticia a otra y liarse, conviene utilizar como base la mejor versión. O leer las distintas versiones y luego componer la propia.

Cuando el teletipo contiene cuatro elementos básicos, por ejemplo, y el breve solo tiene espacio para tres, hay que seleccionar. ¿Qué es lo que se deja fuera? Eso dependerá de cada redactor. Pero, si se afina al máximo —quitando una palabra aquí, dos más allá—, a lo mejor se puede incluir ese cuarto dato.

De ninguna manera es el breve el género más fácil. Al contrario, elaborar uno, con todos los elementos de la noticia y ninguna palabra sobrante, exige tanto como ingeniar una buena entradilla. En parte por eso, a pocos periodistas les gusta manejar breves.

He aquí una idea para el novato que quiera destacar: que se haga especialista en elaborar esos humildes breves. Si puede destilar la esencia de la noticia con rapidez, enseguida llamará la atención de sus jefes. Sabrán que tiene condiciones para realizar tareas más ambiciosas.

¿O esta pretensión es utópica? La mayor parte de los alumnos de los másteres de Periodismo no redactan bien las noticias de agencia ni los

breves. Algo decepcionante pero comprensible: durante sus estudios universitarios estos jóvenes han realizado muy pocas prácticas. Además, parece que la mayoría ha leído pocos periódicos. O si los han leído, ha sido de forma superficial, a través de las ediciones digitales. En las facultades de Periodismo los paquetes de periódicos que se entregan gratis todos los días se quedan sin abrir.

Creo que esto es un error; una de las mejores maneras de aprender a escribir es editando lo que escriben los demás, aunque solo sea mentalmente. ¿Qué medio aporta más información de la forma más comprensible sobre una noticia? ¿Cuáles muestran errores obvios? ¿Cuál tiene la mejor entradilla? ¿Y el peor titular? ¿Qué es lo que falta y qué es lo que sobra? ¿Cómo hubiera hecho yo ese artículo? Conviene leer en Internet las noticias de Associated Press y Reuters; el acceso es gratis. (Además, se recibe una lección gratis de inglés con el vocabulario que más se tendrá que manejar). Hay que leer sin parar, hay que ser un *news junkie*.

El objetivo es adquirir ese oficio necesario para redactar noticias como pregonó hace más de un siglo Joseph Pulitzer: «Preséntales la información de forma concisa para que la lean, clara para que la entiendan, amena para que la recuerden y, sobre todo, con precisión para que su claridad les guíe».[6]

5. El amigo americano

> «La diferencia entre el cine europeo y el norteamericano se ha definido así: en Europa una película puede empezar con un plano largo de nubes, que se funde con otro plano largo de nubes, que se funde con otro plano largo de nubes; en el cine norteamericano, si el primer plano es de nubes, en el siguiente un avión tiene que atravesarlas y en el tercero el avión explota».
>
> Manual de estilo de *El Sol*

En el lado opuesto a la noticia de agencia o piramidal está el reportaje largo o crónica, que suele aparecer en los suplementos de los periódicos y en los semanarios y revistas mensuales. En televisión, un ejemplo podría ser *Informe semanal*. No se persigue la inmediatez, sino un análisis desde cierta distancia con un estilo más flexible y creativo.

Conocí esta modalidad durante los años de la transición democrática, cuando trabajé en Madrid como segundo de a bordo de la revista norteamericana *Time*, el decano de los semanarios modernos. Su forma de trabajar era impresionante, y difícil de igualar para medios sin grandes presupuestos.

Al redactar una noticia, el corresponsal introducía toda la información que pudiera ser de utilidad, mucha más de la que cabría en el artículo terminado. Mientras tanto, en Nueva York se agrupaban datos sobre el mismo tema procedentes de otras fuentes: agencias de noticias, periódicos como *The New York Times* o *The Washington Post*, la opinión de expertos... Todo este material se entregaba a un «escritor» (tal vez, un experto en el tema) que podía respetar la construcción original del corresponsal o tratar la materia de forma muy distinta.

Una vez redactado, el texto llegaba a los editores para que corrigieran cualquier imprecisión y pulieran el estilo. A veces, el mismo director

tomaba cartas en el asunto. Algunos eran conocidos por su toque mágico al afinar una última versión hasta la misma hora de cierre.

Un golpe de Estado, la concesión de un Premio Nobel, un descubrimiento arqueológico, un triunfo deportivo, una nueva tendencia social o cultural..., casi todo se presentaba de manera fascinante. ¿Se cae un avión? A los tres días *Time* salía con el reportaje definitivo sobre la seguridad aérea. Gracias al ingenio de periodistas y editores, era posible leer noticias sobre asuntos de difícil acceso para el común de los lectores —de economía o de ciencia, por ejemplo— como si fueran apasionantes historias de detectives.

Se podría discutir la filosofía política de la revista, muy conservadora en sus comienzos. También el peculiar estilo de los primeros años, bautizado como *Timespeak* y descrito por uno de sus detractores como «extrañamente estentóreo y plagado de neologismos». Para algunos lectores extranjeros, la revista representaba una faceta más del *show business* americano.

Algo de esto hubo, pero raras veces un artículo de *Time* llegó a aburrir. Y si bien contenía todos los datos presentados de una manera directa y amena, también se le podía llamar «buen periodismo». La revista tuvo una influencia enorme, con imitadores en todo el mundo.

En este tipo de reportaje se concede gran importancia al arranque, que suele ser lo que se denomina en inglés *soft lead* (entradilla suave), también conocido como entradilla «retardada» o «indirecta». A través de uno o varios párrafos se intenta atraer la atención del lector de la manera más interesante posible.

Podría ser la descripción de una escena o ambiente («En mayo de 2010, Barack Obama invitó a un pequeño grupo de historiadores a cenar en la Casa Blanca...») o el retrato de una persona («Durante estos años, el líder francés Nicolás Sarkozy ha sido aclamado por sus partidarios y atacado por sus detractores como un omnipresente "hiperpresidente"...»). Otra historia podría comenzar con una declaración llamativa de alguien. La entradilla puede presentar un hecho de hace cinco milenios, resumir un estilo cinematográfico o referirse a un enigma que ha consternado a los matemáticos durante siglos. También puede ser una pregunta provocativa, una anécdota o el comienzo de un chiste (aunque, claro está, el remate tiene que revelarse antes del final de la noticia).

He aquí el comienzo de un reportaje de *Time* sobre la resistencia de monjes tibetanos a la férrea dominación china en su país. Se cuenta en primera persona, una práctica poco habitual pero que aporta verosimilitud:

> No hay flores o monumentos que señalen el lugar en el que murió Tsewang Norbu. El 15 de agosto, el monje tibetano de 29 años que vivía en la remota localidad de Tawu ingirió un buen trago de keroseno, roció su cuerpo con el combustible líquido y encendió una cerilla. Mientras ardía en el centro de la ciudad, Norbu lanzó gritos por la libertad del Tíbet y proclamó a viva voz su amor por el dalái lama, el líder espiritual exiliado. Dos meses y medio después, al amparo de la noche, visito el puente en Tawu donde Norbu puso fin a su vida. La ciudad es prácticamente una cárcel. Nuevas cámaras de seguridad colocadas en las farolas registran todos los movimientos. Cada pocos minutos, un resplandor rojo —procedente de las luces intermitentes de los vehículos de la policía que patrullan sin descanso— ilumina el lugar del martirio.[7]

El arranque también puede ser de varios párrafos. Ahora bien, si se tarda demasiado en introducir la historia, el lector puede cansarse. Hay que buscar otro comienzo más eficaz.

Tras la entradilla vendrían uno o dos párrafos explicando la esencia del artículo para que el lector siga leyendo. En inglés esto se llama *the nut* —literalmente, la nuez—, una abreviatura de *nutshell*, o cáscara de nuez; cuando se pide a alguien que resuma algo de la manera más breve posible, se le pide que lo cuente *in a nutshell*: yendo al meollo de la cuestión. En el caso de esta noticia sobre los monjes:

> El Tíbet está en llamas. Desde la espeluznante muerte de Norbu, otros ocho clérigos tibetanos o ex monjes se han inmolado para protestar contra el dominio represivo de China sobre zonas tibetanas. Al menos seis han muerto este año, entre ellos, Norbu, dos monjes menores de 20 años y una joven monja cuyos restos carbonizados fueron confiscados a finales de octubre por las fuerzas de seguridad chinas. El budismo tibetano es muy conocido por los mantras de afirmación de la vida de su risueño líder, el dalái lama. Pero la autoinmolación se está convirtiendo en el arma simbólica preferida de los jóvenes monjes que todavía viven en las regiones tibetanas de China.

El brillante arranque puede echarse a perder si en el grueso de la noticia falta información, o se incluye demasiada, o se presenta fuera de lugar, o es confusa.

Al hacer un boceto hay que preguntarse qué es lo más importante e interesante de este hecho. ¿Hay suficientes ejemplos que apoyan la tesis? ¿O tal vez demasiados y, además, repetitivos? ¿Dónde debemos colocar esa escena tan reveladora? ¿Es posible enlazarla con algún aspecto social y político para quienes no conocen la situación? ¿Dónde poner esa

elocuente cita? ¿Es demasiado larga? ¿Cómo se puede acortar sin que se pierda su esencia? ¿Los antecedentes serían más eficaces si se distribuyeran en varias partes? ¿Cómo conseguir una buena transición con...?

Hay que tomar decisiones, y muchas.

En este caso el artículo continúa con entrevistas a monjes y ciudadanos que cuentan con fervor su sueño de un Tíbet libre. Se explican las raíces del conflicto de hace medio siglo y la controvertida «vía intermedia» del dalái lama —está prohibido exhibir sus fotos— para entenderse con las autoridades chinas. Salpicados a lo largo del reportaje, hay detalles reveladores: «Monjes ataviados de granate sacan teléfonos móviles de sus gruesas vestiduras para mostrarme fotos de su líder espiritual. En una pequeña tienda de víveres, la imagen del dalái lama aparece rodeada de paquetes de cacahuetes y rollos de papel higiénico».

Cuando se trata de temas controvertidos, conviene incluir las ideas y opiniones de las personas que disienten de la tesis del artículo. (En el caso de este reportaje sobre el Tíbet aparecieron oficiales chinos que justificaron la represión). Esta imparcialidad, mucho más recomendada que practicada, demuestra que el autor ha examinado el asunto de forma exhaustiva. Lejos de debilitar la tesis del artículo, la puede reforzar.

A lo largo del artículo, y ante la necesidad de explicar temas complicados, se intentará dejar al lector con una sola idea, una única impresión. Según un veterano periodista:

> Si un tema está más embarullado que un plato de espaguetis, enfoca tu reportaje como si fuera un solo hilo cuidadosamente separado del resto. A ser posible, con el aceite, el ajo y la salsa de tomate correspondientes. El lector estará agradecido por recibir una parte sencilla, y no el complicado conjunto. Una norma: un reportaje solo ha de decir una cosa. Si te envalentonas y, por ejemplo, tienes que tratar con cuatro espaguetis en un relato, convierte el bocado enrollado en la única cosa que tienes que contar. Puedes añadir algunas notas de color, pero solo si eres capaz de hacerlo sin apartarte de la línea narrativa que has elegido. Una observación: no empieces a escribir hasta que hayas decidido cuál va a ser esa gran cosa, y luego dila en una sola frase.[8]

El periodista añade: «Nadie se va a quejar jamás porque hayas hecho algo demasiado fácil de entender».

Pero no hay que pasarse en pos de la sencillez. Como dijo un hombre acostumbrado a manejar conceptos complejos, «intenta que todo sea lo más simple posible, pero no más simple de lo que es». Se llamaba Einstein.

Ya es hora de terminar el artículo —por supuesto, antes de cansar al lector—. Hay que hacerlo de forma brillante, con varios párrafos que le dejen satisfecho. No es preciso escribir ningún sumario, aunque puede haber terminaciones eficaces que resuman lo anterior. Lo mejor es utilizar ese tono de la entradilla y sorprender con una escena, una anécdota, un detalle simbólico, algo que exprese la tesis de manera atractiva. El corresponsal de *Time* lo hizo así:

> Está oscuro cuando paso conduciendo cerca del monasterio Nyitso. Hay cámaras de seguridad por todas partes. También hay coches de policía y agentes vestidos de paisano. La mayor parte del monasterio se alza al otro lado de un muro y no puedo ver nada de interés, desde luego no veo ningún monje. Muchos han sido trasladados a campos de reeducación, según aseguran habitantes de la zona y grupos exiliados, como el monasterio Kirti en Ngaba, de donde procedían siete monjes o ex religiosos que se inmolaron. El funcionario del gobierno de Tawu afirma que algunos de los monjes que permanecen en Nyito son espías que han sido desplegados allí para vigilar a los demás. Todo es gris y misterioso. Por fin veo algo que brilla contra un muro en el interior del monasterio. No es, como esperaba, un monje con su túnica granate. Se trata de un extintor de color rojo, nuevo y resplandeciente.

Ahora bien, este modelo de reportajes extendidos no es necesario utilizarlo siempre. Si uno no encuentra esa brillante entradilla o no se siente inspirado, siempre podrá recurrir a alguna versión de la pirámide invertida. La verdadera creatividad está en inventar algo que funcione. Pero también es cierto que este patrón casi nunca falla, y que el lector, por muchas veces que lo haya leído, ni se cansa ni —sospecho— se da cuenta del truco. En ambos casos el objetivo es engancharlo y no soltarlo.

* * *

Algo de este brío y chispa es lo que pretendíamos en *El Sol*, aquel diario nacional que salió en mayo de 1990. La transición a la democracia había terminado, y su primer director buscaba un periodismo más acorde con los nuevos tiempos, algo más ágil y directo.

Según su manual de estilo, el periódico estaba «al servicio de una forma nueva de comunicación de prensa escrita: escribir en color». Se recomendó «utilizar las mismas armas que los medios audiovisuales: brevedad, síntesis, claridad, buena representación gráfica, agilidad, frescura y todo lo necesario» para que se «tenga que aplicar un esfuerzo mínimo a la lectura del periódico», aunque sin «repeler a los lectores *de toda la vida*, acostumbrados al fárrago general de nuestra prensa, ni

herirles con estilos que consideren de bajo nivel». Los textos serían «limpios, elegantes, concisos (con los adjetivos precisos), rigurosos, amenos y con buen ritmo en la exposición».

En resumen, «una noticia puede ser contada de muchas maneras, más corta o más larga, en distinto orden cada uno de sus elementos. Pero el único pecado que no se le puede admitir es que sea gris o aburrida».

Ese color empezaba con entradillas más propias de *Time* y de los periódicos norteamericanos e ingleses que de un diario español. Según el manual, «si en la entradilla no le hacemos un guiño al lector, lo habremos perdido hasta el día siguiente o, lo que es peor, para siempre».

Al contrario que las noticias de agencia y otros diarios, *El Sol* no pretendía contar casi todo al principio. También evitaba «las fatigosas repeticiones» propias de las entradillas de muchos periódicos de aquellos años, copiadas de *El País*: un bloque de texto en negrita que repetía la información ya contenida en el título y el antetítulo. Si bien muchos lectores de *El País* podían agradecer esta atención, otros encontraban pocos motivos para continuar leyendo.

Veamos las diferencias en unas noticias de junio de 1990; la primera de ellas, sobre la apertura de la campaña electoral autonómica en Andalucía. *El Sol* informó:

> Los candidatos a ocupar un escaño del Parlamento andaluz han abierto hoy las hostilidades dialécticas de la campaña electoral, pero tendrán un poderoso y difícil enemigo común: el Mundial de fútbol.

El País, en cambio, lo contó con un estilo más tradicional y, a mi parecer, anodino:

> La campaña para las elecciones autonómicas andaluzas del 23 de junio comenzó a medianoche de ayer con la tradicional pegada de carteles y con la ausencia de promesas electorales significativas en los programas de los principales partidos y coaliciones. Todos los candidatos a la presidencia de la Junta de Andalucía participaron anoche en mítines, excepto el socialista Manuel Chaves, que se encontraba en Madrid.

Qué aburrido: pegada de carteles (lo de todas las campañas), ausencia de promesas electorales y participación de todos los candidatos salvo uno.

Otro ejemplo, este referente al debate parlamentario de la LOGSE, la controvertida ley de educación. *El País* empezó así, con este bloque plúmbeo de texto:

> El pleno del Congreso de los Diputados rechazó ayer las enmiendas a la

> totalidad del proyecto de Ley de Ordenación General del Sistema Educativo (LOGSE) presentadas por el Partido Popular y tres partidos regionalistas integrados en el Grupo Mixto, tras un debate que adquirió un tono de fuerte crispación en algunos momentos y del que se desprendió una notable contradicción. Mientras el Partido Popular trató de presentar como un «fracaso» personal del ministro de Educación, Javier Solana, el no haber conseguido el consenso necesario para una ley de tanta importancia, la disposición del ministro al consenso fue precisamente lo que mayores elogios mereció de la mayoría de los restantes grupos de la oposición.

Sí, están los datos esenciales, pero expuestos de una forma más bien plana, en dos frases larguísimas, de 60 y 53 palabras. Además, se entra demasiado pronto en los detalles de una batalla partidista.

El Sol, que llevaba un mes en la calle, comenzó con más chispa:

> Los debates en la Cámara hacía tiempo que no se calentaban tanto, decían los parlamentarios. «Esto parece una sesión de investidura», comentaban algunos periodistas. «En los debates de las leyes de educación suelen caldearse los ánimos», añadían los más versados.

Este conservadurismo estilístico de *El País* tal vez se debiera a que ya era el «diario de referencia», pero no creo que esa elevada posición estuviera reñida con un tratamiento más vivo de las noticias. En cambio, se podría argumentar que esta última entradilla de *El Sol* —sobre una importante ley de educación— merecía un tratamiento más respetuoso. A lo mejor la solución se encuentra a mitad de camino.

Siempre hay que estar alerta por si una noticia se presta a un tratamiento imaginativo, para «escribir en color». Cuando una revista me pidió un breve perfil del campeón del mundo de ajedrez Vishy Anand, que vive cerca de Madrid, pensé que lo más lógico —y fácil para mí— sería consultar algo de documentación, hacerle unas preguntas por teléfono y escribir el artículo en menos de una hora. Pero no me gustaba la idea. Viajé a su casa y le convencí para que jugara una partida conmigo. (Un combate necesariamente corto, le aseguré). Así pude describir «la implacable ola de peones, caballos y alfiles que asaltaba mi cada vez más debilitada línea defensiva, provocando un sudor frío, un bajón de autoestima, un profundo malestar…».

En otra ocasión empecé de forma fría y aburrida un artículo sobre los caballos de picar de las corridas de toros. De repente recordé haber leído en alguna parte que a principios del siglo XX el notorio periodista antitaurino Eugenio Noel ¡había entrevistado al caballo de un picador! Me

dirigí a la plaza de Las Ventas y allí encontré a un tal «Rumboso», cuyas inquietudes y aspiraciones creo haber contado con fidelidad. Como dijo Oscar Wilde, «el talento pide prestado; el genio roba».

Pero hay que tener cuidado al tomarse estas licencias, porque en ocasiones impiden comunicar toda la información necesaria o parecen rebuscadas. Muchas veces esto no se detecta hasta que es demasiado tarde, como en el caso del siguiente breve, donde el intento de hacer más atractiva una noticia anodina termina con resultados desiguales:

> PSIQUIATRÍA
> **Cómo evitar el suicidio en la tercera edad**
>
> El suicidio no es patrimonio exclusivo de los jóvenes, entre los que, según la OMS, representa la segunda causa de muerte. También los mayores intentan quitarse la vida y, en muchas ocasiones, lo consiguen. Más de 1000 ancianos fallecen por esta razón todos los años. Evitarlo puede ser factible si la comunidad médica se fija en los resultados de trabajos como el que aparece en la revista *BMC Psychiatry*, que determina cómo el riesgo de suicidio se eleva entre los mayores según el sexo y el historial de intentos previos.

Como anciano que soy (y además ese día sufría una aguda angustia existencial), empecé a leer con sumo interés. Pero enseguida me pregunté: ¿esto va de jóvenes o de viejos? ¿Que muchos mayores nos quitamos la vida? No lo dudo, pero me quedé con ganas de saber cómo evitar un fatal desenlace. Mas para conseguir esa vital información tenía que leer un artículo que sostiene que el riesgo de suicidio varía según el sexo y los intentos previos. ¿Y qué? Dios me libre de exigir al redactor que se leyera el informe entero, y además en inglés, pero la versión que presentó no es de recibo. ¿Por qué ningún editor se dio cuenta? Puede que fuera un editor incompetente. O que ni hubiera editor. Para pegarse un tiro, vamos.

Al cultivar la imaginación y la gracia siempre hay que obrar con buen gusto, ser respetuoso. Yo fui algo menos que respetuoso al leer una noticia que arrancaba así:

> En un momento en el que se pone en duda la educación en valores que reciben nuestros jóvenes, nunca está de más acercarles los ejemplos de personas que han descubierto el camino del ser humano. Por eso, el congreso para jóvenes «Lo que de verdad importa» recorrerá nuestra geografía durante el próximo mes para hacer llegar a chavales los testimonios de personajes admirables. Una lección que les servirá para luchar contra las lacras que sufren.

¡Qué rancio!, pensé. Esta noticia parece haberse redactado en el siglo XIX. Pero al terminar de leerla se me ocurrió un arranque brillante, un párrafo de una sola frase breve:

> Un hombre que practicó el canibalismo hablará hoy en Bilbao a los jóvenes sobre valores morales.

¡Esa sí que es una entradilla con gancho! Además, me gusta el contraste entre «el canibalismo» y el prosaico «hoy en Bilbao». En el siguiente párrafo expliqué —igual que se informaba en la primera versión— que uno de los conferenciantes era superviviente de aquel terrible accidente de aviación en los Andes en 1972 cuando, para subsistir hasta su rescate, él y sus compañeros comieron la carne de sus amigos fallecidos. Pero no, ese comienzo podría haber ofendido a muchos lectores. Ante la duda, omitir.

Una buena entradilla ayuda a fijar el tono del artículo, permite que el resto del material encuentre su lugar lógico y establece una complicidad con el lector. Este agradece el esfuerzo y seguirá leyendo. Esto lo sabían los antiguos, antes de que las entradillas se llamaran entradillas. Como sentenció Platón, «El comienzo es la parte más importante de la obra». Según Horacio: «Lo que está bien comenzado ya está medio hecho».

Aquí hay un par de ejemplos. El primero es de un ambicioso reportaje sobre Afganistán titulado «El zoo de Kabul»:

> Se quedan mirándose. El avestruz a la mujer y la mujer al avestruz. Dos rejas separan sus miradas: la rejilla de un burka y los barrotes de una jaula.

Otra entradilla sobre un tema más prosaico y cercano: los efectos de una huelga de pilotos:

> La mayoría perdió las vacaciones, algunos perdieron una boda en Cancún, hubo quien perdió un puesto de trabajo y más de uno perdió hasta la cartera. Pero Alaitz perdió a un padre.[9]

La entradilla puede ser larga —en ocasiones, varios párrafos— o puede ser corta; un artículo sobre la manía china de construir rascacielos a pesar de una cierta ralentización económica empezó con este breve párrafo: «China baja en ritmo, pero los edificios continúan subiendo». A veces una entradilla resume varios datos enseguida, y otras veces interpreta los hechos, pero en todos los casos el lector tiene que quedarse enganchado.

En cambio, ante una entradilla floja, el lector puede abandonar, o si continúa leyendo será con cierto recelo. El autor tendrá que trabajar duro

para recuperar el terreno perdido, como un equipo de fútbol que ha encajado un gol en los primeros minutos del encuentro.

Muy raras veces la entradilla debería ser una cita directa, aunque es algo que vemos todos los días. Hay pocas citas directas tan impactantes o sorprendentes que merezcan abrir una noticia. Además, la frase entrecomillada puede despistar al lector. No sabe quién habla ni quiere hacer el esfuerzo para saberlo, y pasa de página. Casi siempre la cita directa es el recurso fácil de un periodista que no se ha tomado la molestia de ingeniar una entradilla de verdad.

Si se ha escrito una buena entradilla, de una o varias frases, conviene lucirla para que el lector la pueda saborear. No me explico ese afán de añadirle otras frases que por lógica tendrían que estar en otro párrafo.

Ya que hablamos de gracia e imaginación, hay que mencionar a Edna Buchanan, legendaria corresponsal de sucesos de *The Miami Herald* durante décadas. Casi todas sus noticias tenían una fuerza brutal.

Por ejemplo, la del ex convicto Gary Robinson, que entró en un *burger,* incordió a todos porque no tenían su plato favorito, pegó a una empleada y, en el subsiguiente alboroto, murió a manos de un vigilante de seguridad. Edna comenzó así: «Gary Robinson murió hambriento». O esta entradilla sobre un hombre que falleció cuando los preservativos llenos de cocaína que se había tragado para pasar la aduana empezaron a romperse en su estómago: «Su última comida valía 30 000 dólares y le costó la vida». O esta, sobre la violencia de género:

> El hombre que quería le cruzó la cara. Furiosa, ella le dijo que nunca, jamás, se le ocurriera volver a hacerlo. «¿Y qué vas a hacer, matarme?», le preguntó él, tendiéndole un arma. «Vamos, mátame», la retó. Y ella le pegó un tiro.

Edna afirmó lo siguiente: «Mi concepto de buena entradilla es aquella que hace al lector que esté desayunando escupir el café, llevarse las manos a la cabeza y exclamar: "¡Dios, Martha! ¿Has leído esto?"».

¿Gracia y chispa? Hay que mencionar el celebrado Nuevo Periodismo norteamericano de los años sesenta y setenta del siglo pasado. Norman Mailer, Truman Capote, Gay Talese, Tom Wolfe, Hunter S. Thompson, Michael Herr y otros escribían con energía para transmitir la esencia de un periodo turbulento.[10]

De igual manera, el periodista intentará terminar su artículo con una frase, dato u observación brillante o eficaz —y, claro está, antes de aburrir al lector.

Por ejemplo, una noticia que informa sobre la mala racha del Real Madrid, con apasionadas opiniones sobre los motivos y los remedios,

termina con una referencia a una de las leyendas del club, un anciano que no gozaba de muy buena salud: «A la espera de que el juego mejore, Alfredo di Stéfano, el presidente de honor, ve los partidos al día siguiente. Su médico le ha prohibido exponerse a emociones desagradables».

Otro artículo informa de la colocación, tras meses de agrio debate y manifestaciones, de un puente sobre la autopista M-30 de Madrid para conectar una colonia de gitanos con un acomodado barrio de payos que no veían este lazo con buenos ojos. Hubo que utilizar grandes grúas, que provocaron notables atascos y el malestar de los conductores «... mostrando lo difícil que es tender puentes».

El final de un reportaje sobre el ex presidente de Estados Unidos George W. Bush expresó a la perfección cómo ha cambiado su vida lejos del Despacho Oval:

> Relajado y extrovertido, más seguro que cuando pronunciaba discursos como jefe de Gobierno, Bush contó una anécdota reciente con la que definitivamente descubrió que ya no era el hombre poderoso que solía ser, aquél con poder suficiente para declarar una guerra bajo pretextos falsos. Bush pasea cada día a su perrito Barney por su barrio de Dallas. Todos los días lleva en la mano la bolsita de plástico con la que recoge lo que su mascota va dejando atrás.

¿Por qué, entonces, el redactor creyó necesario añadir una última frase: «Su vida ha cambiado»? Menos es más.

¿Y ese experimento de *El Sol*? Tengo sentimientos encontrados. Creo que muchos lectores entendían lo que intentábamos hacer y nos lo agradecieron. Pero a veces confundimos lo de escribir en color con una cierta frivolidad. A los pocos meses el director nos pidió que nos contuviéramos un poco. Algo más tarde dimitió, y esa escritura en color pronto se volvió rutinaria. Con menos de dos años de trayecto —¡ya íbamos por el quinto director!—, *El Sol* se puso, sin haber influido en la prensa española.

La mayoría de esta prensa sigue siendo poco atrevida, incluso en su cobertura del extranjero, una parcela más bien libre de las imposiciones ideológicas que lastran las noticias nacionales. ¿Cuántos periódicos españoles osarían tomar el pulso de un Afganistán en guerra con un simpático retrato de su incipiente Bolsa, o a través de una visita a un campo de golf todavía agujereado por las bombas? ¿Para qué tener ese corresponsal si solo va a reescribir lo que viene por agencias o a contarnos lo que ya hemos visto en la tele?[11]

¿Y para cuándo se van a mejorar los ensayos de opinión de las «firmas invitadas»? Los principales periódicos norteamericanos tratan estas

colaboraciones con esmero. Primero buscan a autores que escriban de forma directa y breve. Luego sugieren cambios para afinar las opiniones expresadas y hacerlas más gratas. Hay un intercambio continuo de mensajes y revisiones hasta que todos quedan satisfechos —y al lector se le garantiza un rato ameno.

Con el tiempo —¿y en parte por la globalización?— un sector de la prensa española se ha desperezado. *El País* ha abandonado esa pesada entradilla/sumario, y muchas de sus noticias lucen las «entradillas suaves» al estilo sajón, sobre todo, al ofrecer un examen más profundo de una noticia. Sus editoriales son más breves que antes. Otros periódicos han tomado medidas similares.

En resumen, si algo podemos aprender de los amigos americanos, aparte de su estilo directo y su buen oficio, es cierto brío y sentido del humor, la chispa y la alegría, el atrevimiento. Si en España, y en el mundo entero, se copian de la cultura yanqui tantas cosas nefastas, ¿por qué no emular algunos de sus aspectos positivos?

6. Pensando en el lector

> «El secreto de toda victoria reside en la organización de los detalles menos obvios».
>
> Marco Aurelio

Es evidente, pero vale la pena repetirlo: lo más importante de una noticia es su contenido, las respuestas a esas cinco «w». Y sin embargo cuántas noticias leemos que son incompletas.

Es un fallo muy común entre principiantes. Por ejemplo, un becario escribe un reportaje sobre un mercado de trueque en un barrio de Madrid, montado «para terminar con el consumismo», pero no nos dice si esta modalidad se da en otras ciudades, ni si los organizadores y asistentes están contentos con el experimento, ni en qué medida lo ven como una alternativa al sistema capitalista.

Otro joven resume de manera atractiva la vida azarosa de un viejo artista ácrata, pero se olvida de hacerle preguntas importantes. ¿Qué piensa sobre los múltiples empleos que ha tenido? ¿En algún momento tuvo la sensación de perder el tiempo al no amasar una fortuna? ¿Qué conclusiones ha sacado sobre la vida a lo largo de tantos años?

Otro ejemplo: al atardecer, bajo una fina lluvia, una alumna nos guía en un paseo por la ciudad madrileña de Getafe, llena de las más diversas estatuas y otras esculturas. Pero luego no nos informa sobre el origen de estas obras, ni sobre quién las ha costeado, ni nos dice si son buenas, regulares o malas. ¿Qué opinan los vecinos? ¿Es un derroche innecesario? ¿Una iniciativa popular de gran mérito? ¿Qué piensa uno de los artistas?

Este defecto no es privativo de los becarios.

Un artículo cuenta las excelencias de un *spa* en la costa alicantina donde ricos y famosos desembolsan cantidades desorbitadas para desintoxicarse o perder peso..., pero no nos dice en qué consisten estos severos regímenes ni lo que cuestan. Otra noticia anuncia que el piloto de Fórmula 1 Fernando Alonso va a comprar un equipo de ciclismo profesional, pero sin informarnos del coste de la operación ni de la cantidad necesaria para mantener un equipo.

Otro defecto es no valorar bien la información que se tiene. En ese ejercicio sobre el petrolero a la deriva (ver capítulo 4) varios alumnos pasaron por alto algunos elementos esenciales, y otros alumnos los «enterraron» en el tercer, o cuarto, o quinto, o incluso sexto párrafo. Y esto sin hablar de errores de bulto. Algunos contaron que el barco tenía 2000 metros de eslora (en vez de 200), o que llevaba 8000 toneladas de crudo (eran 80 000), o que se encontraba seis millas al oeste de Gibraltar, cuando en realidad estaba al este.

Además de incluir toda la información esencial y darle su justo valor, hay que aprovecharla al máximo. Por ejemplo, no todos esos futuros periodistas utilizaron esa frase tan gráfica del teniente Pérez, ofrecida en bandeja para describir el choque de un barco con un contenedor flotante: «El impacto sería brutal, como ser alcanzado por un torpedo». Son citas directas de este tipo las que dan vida a una noticia.

Al redactar una noticia a veces hay que resaltar su importancia. En ocasiones el periodista tiene que proporcionar información de su cosecha. Ante la fuga de crudo de ese petrolero, por ejemplo, convendría observar que se encontraba muy cerca de la Costa del Sol (una de las zonas turísticas más importantes de Europa). Y que su destino, La Coruña, fue escenario en 2002 del hundimiento del Prestige, cuya marea negra causó uno de los desastres ecológicos europeos más importantes de las últimas décadas.

Todos los días nos encontramos con noticias que contienen contradicciones obvias: incongruencias en números, fechas, declaraciones, conclusiones. Terminan de dar una información en la televisión y enseguida te preguntas cómo pueden afirmar eso si al principio parecían decir todo lo contrario. ¿Cómo es que ni redactor, ni editor, ni director, ni productor, ni locutor se dieron cuenta? ¿O es que no se exigieron lo suficiente?

Y tal vez lo más engorroso es que antaño estos artículos se habrían perdido en las entrañas de una oscura hemeroteca, pero hoy perduran en el ciberespacio para mayor escarnio de sus autores.

Esta superficialidad se debe también a una falta de preparación. Al

llegar al lugar de trabajo —incluso antes— el periodista tiene que repasar la información que se ha redactado durante las últimas horas, porque a lo largo del día es muy probable que tenga que actualizar algunas de estas noticias. También conviene estar familiarizado con las noticias principales producidas en otras delegaciones, ya que a veces será necesario reunir información relacionada con esas historias. Y saber lo que está diciendo la competencia: muchas veces esta información sirve no solo para incluirla en nuestras noticias, sino para generar reportajes a más largo plazo.

Antes de acudir a una entrevista o rueda de prensa, el periodista tiene que prepararse: buscar datos de fondo que le permitan, durante el evento, recoger toda la información esencial.

Aun así, a veces será difícil descifrar la esencia de una noticia. Esta situación puede resultar angustiosa, sobre todo si es preciso escribir contra reloj. Pero no hay que apurarse: conviene pensar en las cinco «w», en especial, en *who* y *what*.

Otra solución, recomendada por expertos desde siempre, es imaginar que en ese momento un amigo llama al periodista y le pregunta qué está escribiendo. El periodista tiene que contárselo con una o dos frases; al hablar de manera espontánea, solemos ser más directos y concisos. Allí estará la noticia.

Algunos veteranos empiezan su boceto sin referirse a sus apuntes; quieren basarse en su impresión de los hechos.

En cualquier caso se busca un hilo conductor que vertebre el material, para dar la sensación de un comienzo, un medio y un final. Al contrario que en muchos artículos, donde parece que cualquier párrafo podría haber aparecido en cualquier lugar, la mejor escritura produce la sensación de que el orden es inevitable —y, por tanto, que la historia es verídica.

Es precisamente esta sensibilidad hacia el lector —el saber siempre cómo está reaccionando a lo que está leyendo— uno de los atributos más importantes del buen periodista. Si no puede ponerse en el lugar del lector, ¿cómo va a conectar con él?

¿Qué información suponemos que posee el lector antes de leer este artículo? ¿Qué dudas puede tener en un momento determinado? ¿Cuándo hay que darle más detalles para que comprenda una idea y cuándo hay que eliminar detalles que frenan la lectura? ¿Cómo puedo ayudarle a digerir una información algo complicada con el menor esfuerzo? Hay que darle facilidades, eliminar barreras, despejar su camino. Es preciso llevarle de la mano, paso a paso y de la manera más amena, para que no pierda interés.

El buen escritor le avisa ante un cambio de rumbo o cuando se le va a explicar un concepto complicado; le recuerda algo que podría haber

olvidado; le hace un guiño. El lector agradece esta atención, sabe que está en buenas manos y estará más predispuesto a creerse lo que le están contando.

Normalmente desarrollamos las ideas principales de un artículo a través de uno o varios párrafos por idea. El comienzo del párrafo suele ser una afirmación, y el resto la apoya presentando ejemplos, estadísticas, descripciones, declaraciones de expertos... Muchas veces el párrafo termina con el dato más concreto. Es decir, se mueve desde lo general a lo específico.

Hay que buscar esos detalles que dan vida a un escrito. Un ejemplo es esta introducción a una entrevista con Antonio Garrigues Walker, empresario, jurista, político y abogado de prestigio:

> Viene de frente, con las manos en los bolsillos, caminando a zancadas a buscar a la visita desde su despacho de gran jefe de este edificio del centro de Madrid, tan apabullante y transparente a la vez que se ve hasta al último pasante trabajando en su cubículo. Estamos en Garrigues, a secas, como reza el único rótulo a la vista, y como se conoce en los círculos de poder al mayor despacho de abogados de Europa y uno de los mayores del mundo. El fundador y responsable de todo esto, el señor Garrigues, 78 años, disuelve enseguida cualquier sospecha de intimidación por su parte. Te saluda por tu nombre. Impone el tuteo. Aprieta la mano como si apretara una tuerca con una llave inglesa. Franquea el paso a su despacho, una sala amplia pero lejos de las hectáreas que gastan otros con menos credenciales. Silencia su anticuada BlackBerry —«es el móvil corporativo. Funciona perfectamente. Somos muchos, y cambiarlos cuesta una pasta»— y se pone a las órdenes del interlocutor. «Soy todo tuyo», bromea, «a mi edad, comprenderás que soy un presidente-objeto, y a mucha honra».[12]

Aquí hay acción y movimiento, descripciones que son reveladoras y observaciones de la reportera que podríamos llamar «impresionistas»; Garrigues no coge la mano con firmeza, sino «como si apretara una tuerca con una llave inglesa». A la vez, con economía y sin aparente esfuerzo, el autor introduce *background,* e incluso aporta unas breves citas directas del entrevistado, las justas para caracterizarlo con precisión. Todo esto involucra al lector. La entrevista todavía no ha comenzado y Garrigues ya nos cae bien.

Y, por supuesto, este tipo de detalles pueden —deben— presentarse a lo largo de un artículo.

Hablando de citas directas, no hay que abusar de ellas. Para transmitir información básica, es mejor parafrasear lo que ha dicho el entrevistado y

poner entre comillas solo las declaraciones más llamativas y elocuentes, las que revelan su carácter. La hábil combinación de las dos técnicas aportará fuerza e inmediatez.

Para ayudar al lector, son importantes las transiciones entre párrafo y párrafo. Se facilitan con palabras como «pero», «por otra parte», «sin embargo», «no obstante», «por eso», «mientras tanto», «aun así», «en cambio», «en definitiva», «además», «por ejemplo», etcétera.

Pero las mejores transiciones son internas, lógicas. Una idea conduce a otra; se despiertan ciertas expectativas en el lector que luego se satisfacen.

Hay que tener cuidado para no crear barreras. Por ejemplo, una noticia sobre el auge de las energías renovables en España arranca de forma atractiva, pero justo cuando el lector quiere saber más del tema, aparece información que frena su lectura fácil: «El secretario de Estado de Energía, Fabrizio Hernández, destacó el dato en la presentación del *Balance Energético 2010 y Perspectivas 2011* que cada año organiza el Club Español de la Energía».

La solución sería dosificar esta información. La primera frase de la noticia podría terminar diciendo «... según un informe presentado ayer». Más tarde, al anotar otro aspecto del informe, se puede mencionar su título; en otra frase, nombrar al señor Hernández y precisar su cargo; después, el hecho de que este informe se presenta todos los años gracias al Club Español de la Energía. Barrera eliminada, lector feliz.

Siempre hay que dar la información necesaria para comprender una noticia. Por ejemplo los antecedentes. ¿Qué relación tenía el acusado con los detenidos? ¿En qué momento social o político se produjo aquel golpe de Estado? ¿Cómo marchaba la economía para producirse una repentina devaluación de la moneda?

En la práctica no es así. Muchos redactores, al cubrir una misma noticia todos los días, o por ser expertos en determinada materia, se olvidan de que están escribiendo para lectores menos informados que ellos. El lector que no haya seguido esa historia desde el primer día, muchas veces estará perdido.

Lo curioso es que existen trucos fáciles para presentar esta información de fondo sin que se note, por ejemplo, en una frase subordinada como esta. (También, entre paréntesis). [Incluso, entre corchetes]. Otra posibilidad son las frases separadas por rayas o guiones largos —he aquí una muestra— con tal de que no se produzca una oración demasiado larga.

Incluso se puede interrumpir la narrativa para aportar información esencial en un párrafo, o en varios.

El lector que ya está familiarizado con estos antecedentes se los salta sin

más, no le molestan; el que no los conoce, los agradece, porque le permiten comprender la noticia. Claro que no se puede explicar todo; se supone que el lector posee unos conocimientos básicos. Pero tampoco es de recibo la absurda excusa, todavía hoy tan manida incluso por muchos supuestos profesionales, de que «eso ya lo contamos ayer».

Una cosa que vuelve locos a muchos lectores es el tratamiento de las noticias sobre los tribunales y sobre la justicia en general. Demasiados periodistas se limitan a reproducir la jerga judicial, muchas veces incomprensible para el ciudadano de a pie. A veces un redactor se escuda en ese lenguaje esotérico ¡porque no entiende la noticia!

Un informe del Ministerio de Justicia denuncia el uso de «términos jurídicos confusos, incomprensibles o incorrectos», la «incorrecta descripción de procedimientos [y] órganos de la Administración de Justicia o de sus funciones» y «la confusión entre imputados, detenidos, acusados y sospechosos». Según este informe, «una utilización errónea del lenguaje propio del mundo jurídico generará en el destinatario de la información ideas equivocadas o, cuando menos, confusas. Por el contrario, una información apropiada [...] no solo ayudará a los ciudadanos a comprender el complejo mundo de la Justicia, sino que contribuirá a su legitimación social, porque solo se valora adecuadamente lo que se conoce adecuadamente».[13]

Parece que tenía razón aquel inglés que observó que «casi toda la prosa jurídica adolece de dos cosas. La primera es el estilo. La segunda es el contenido».

Algo parecido pasa con las noticias económicas. Demasiadas veces son incomprensibles para el común de los lectores por su léxico cargado de anglicismos técnicos.

Por ejemplo, un artículo de media columna en una sección de Economía habla de la tasa Tobin..., pero sin explicar qué es. Como resultado, la noticia es incomprensible para muchos lectores. Y sin embargo habría sido apta para todos los públicos al insertar, cerca del comienzo, unas 18 palabras: «un impuesto minúsculo a las transacciones financieras que, según sus defensores, podría recaudar miles de millones de euros».

Otro ejemplo: a principios de abril de 2014 se volvieron a disparar las alarmas en Europa ante el espectro de la deflación. Un periódico español informó de esto en un artículo que abrió su sección de Economía, pero sin explicar en qué consiste la deflación ni por qué puede ser tan nociva. En cambio, *The New York Times*, en un artículo del mismo día, tuvo a bien ofrecer un cuarto párrafo con la siguiente información:

> Otro bando, sin embargo, dice que ve a Europa deslizándose por el precipicio

de la deflación, una especie particularmente perniciosa de desgracia económica, porque es muy difícil de revertir. Cuando los precios están cayendo en varios frentes, los consumidores retrasan compras importantes porque esperan que los precios bajen aún más. Las empresas sufren una disminución de sus ventas y no pueden invertir o crear puestos de trabajo.

Lo mismo ocurre con las noticias sobre salud y ciencia, de gran interés para muchos lectores. A veces uno tiene la sensación de que el redactor realmente no pretendía que el lector comprendiera la noticia —a lo mejor porque él mismo no la entendió—. En cambio, cuando la prensa en inglés presenta una noticia de este tipo, es para que los lectores sí la entiendan —incluso ese hombre, ahora jubilado, que entregaba la leche a domicilio en Kansas City.

En resumen: hay que dorar la píldora. Se puede comenzar dando unos antecedentes y después contar lo más reciente, o enfocar la historia hacia alguna persona, o aportar una nota de color. Claro que, para conseguir esto, redactores y editores tienen que echarle un poco de imaginación y esfuerzo.

Para muchos observadores, imaginación y esfuerzo faltaron durante años en *The Wall Street Journal.* Hasta que se hizo cargo del prestigioso diario de finanzas un nuevo director y ordenó que sus redactores escribieran con «un nivel parecido al de una buena conversación de sobremesa, en lugar del tradicional reportaje informativo». Simplificó o eliminó la jerga financiera. De repente, «un artículo del *Journal* tenía que satisfacer a sus cultos lectores, pero también debía ser lo suficientemente claro como para no desanimar a los neófitos. “No escriban historias de bancos para banqueros”, ordenó el director. “Escríbanlas para los clientes de los bancos. Hay muchísimos más”». El experimento tuvo éxito, y ahora este diario llega a casi todos los lectores.[14]

7. El estilo del periodista

> «... procurar que a la llana, con palabras significantes, honestas y bien colocadas, salga vuestra oración... dando a entender vuestros conceptos sin intricarlos y escurecerlos».
>
> Miguel de Cervantes *(Don Quijote de la Mancha)*

No solo mimamos al lector organizando bien toda la información necesaria, sino cuidando el lenguaje, el estilo. Por ejemplo:

Mejor las palabras cortas que las largas

Según un experto en comunicación:

> Evitar palabras largas es otra manera de ganar claridad, pues son más difíciles de leer y reducen el número de consumidores que entienden su significado. Así, es mucho mejor decir «grande» que «considerable», es mejor «uso» que «utilización», es mejor «mapa» que «esquema». Las palabras cortas llegan a más lectores, facilitan la comprensión y provocan más interés.[15]

No escribir más palabras de las necesarias

Leamos la siguiente frase: «Una veintena de presos internados en la cárcel de Basauri (Vizcaya) han sido beneficiados con un permiso especial que les autoriza a permanecer fuera de la prisión durante las fechas navideñas». Se entiende sin problemas, y nos hemos acostumbrado tanto a este tipo de escritura que muchas veces ni nos damos cuenta de lo

artificial que es. Pero si el autor hubiera pensado un poco más podría haber conseguido una oración más natural y directa, con once palabras menos: «Veinte presos de la cárcel de Basauri (Vizcaya) han recibido un permiso especial para salir de la prisión en Navidad».

¿Por qué se escriben más palabras de las necesarias? Por pereza, por no prestar atención, por falta de experiencia, porque muchas personas adoptan sin darse cuenta un estilo pretencioso. Incluso las hay que creen que las palabras superfluas y las frases recargadas les otorgan cierta cultura, cuando es todo lo contrario.

Cuantas más palabras superfluas se eliminan, más gana la escritura en fuerza y en nitidez. Al lector se le revela lo que de verdad se quiere decir y se le exige un esfuerzo mucho menor. Por regla general —al menos en el periodismo diario— no conviene escribir lo que no se diría en una conversación.

Como dijo Thomas Jefferson —sí, Thomas Jefferson, el tercer presidente de Estados Unidos, uno de los padres de aquella República—, «el más valioso de todos los talentos es no utilizar nunca dos palabras cuando una es suficiente». Robert Louis Stevenson sentenció: «Hay un solo arte: omitir».[16]

No recargar en exceso los párrafos

Hay párrafos larguísimos, de hasta 40 o 50 líneas de columna. Cada párrafo tiene una extensión ideal que varía según la información que queremos comunicar en ese momento; cargarlo en exceso cansa al lector, que incluso puede dejar de leer porque no quiere hacer el esfuerzo.

En cambio, cada punto y aparte —si corresponde a un elemento nuevo de la narración— le concede la oportunidad de recobrar el aliento.

¡Qué alivio encontrar un punto y aparte!

Cuidado con los sustantivos

Muchos autores abusan de los sustantivos en un intento de aportar autoridad e importancia a sus escritos. El defecto es muy común entre políticos y burócratas. Ante un sustantivo altisonante, el antídoto suele ser un verbo directo y llano:

«Señalaron la responsabilidad del editor en la transmisión de cultura y conocimiento y en la formación de lectores». («Señalaron la responsabilidad del editor en transmitir cultura y conocimiento y en formar lectores»).

«... para la representación y defensa de los intereses del sector». («... para representar y defender los intereses del sector»).

«Dada la probada insuficiencia de la formación técnica de cara a mejorar la empleabilidad, es necesaria la inclusión de acciones que permitan el desarrollo de competencias y habilidades más acordes con las nuevas necesidades de las empresas».

Sí, se entiende, pero qué falso suena, y qué poco elegante. Harían falta muchos verbos directos y llanos para enderezar eso. Hay que rehacerlo todo. Un intento:

«La formación técnica que reciben los trabajadores no les dota de las nuevas competencias y habilidades que requieren las empresas».

De nuevo, si no utilizamos esos sustantivos al hablar, ¿por qué escribirlos?

Huir de las frases largas

Otro peligro, uno de los más grandes, son las frases largas con sus múltiples oraciones subordinadas. El *Libro de estilo* de *El País* afirma que «las frases deben ser cortas. La extensión media aconsejable es de veinte palabras». Y sin embargo todos los días, en todos los diarios, leemos frases de 80, 100 y 120 palabras —casi siempre poco elegantes y muchas veces incomprensibles.

Hay numerosos estudios que establecen que cuanto más larga sea una oración, peor se comprende: «Si hay demasiadas palabras que separan el sujeto, el verbo y el complemento, los lectores tienen que volver a construir la frase. ¿Y cuántas veces van a hacerlo?».[17] Las frases largas son la plaga del periodismo español.

Las hay que inducen al error. Un solo ejemplo: el comienzo de un reportaje sobre la forma en que muchas personas luchan contra sus parientes para conservar sus títulos nobiliarios:

> Diecinueve años después de convertirse en duquesa de Fernandina, María Pilar González de Gregorio y Álvarez de Toledo, de 55 años, segunda de los tres hijos de la fallecida duquesa de Medina Sidonia, también conocida como *la Duquesa Roja*, ha pasado a engrosar la lista de los plebeyos, o, por lo menos, de los nobles sin título.

¿Quién es conocida como *la Duquesa Roja*, María Pilar o su madre? Puede que lo sepan los lectores más veteranos, pero muchos alumnos de un máster de Periodismo creyeron que la comunista era la hija.

Como observó hace unos 20 siglos Marco Fabio Quintiliano, nacido en

Hispania, «cuando escribas, no aspires a que sea posible entenderte, sino a que sea imposible no entenderte».

Muchas frases largas parecen ser producto de la pereza. He aquí un ejemplo, de 97 palabras, que habla del ciclista norteamericano Lance Armstrong después de que reconociera que se había dopado. Como simple curiosidad, he subrayado lo que se podría llamar la «espina dorsal» de la oración por si algún valiente se atreviera a enderezarla:

> Sean cuales sean las razones de su decisión de admitir que se dopaba después de años y años de negarlo tajantemente, y no se sabrán quizás hasta que no se emita la entrevista, sea por venganza contra los que considera que le han traicionado, sea para reducir la sanción a perpetuidad por una suspensión de ocho años, ya completada, que le permita participar en las competiciones de Ironman (triatlón maratoniano) en las que demostraría que su físico es sobrehumano, incluso con 41 años, los que cumplió en septiembre, Armstrong está obligado a colaborar en la lucha antidopaje.

¿Y si algún avispado empresario fabricara un programa informático con una alarma que suene cuando una frase pase de 40 palabras?

Una de las explicaciones de las frases largas es que son más fáciles de escribir que varias cortas. En un buen párrafo cada frase es el resultado de la anterior y enlaza con la siguiente. El escritor tiene que preguntarse en cada momento cuál será la oración más apropiada. Tiene que pensar, y eso duele. Cuánto más fácil es acumular una serie de ideas diferentes en una larga frase y que el lector se busque la vida.

Puede haber otra explicación a las frases largas, de índole cultural. Recuerdo una conversación de hace años con algunos compañeros en la que uno de ellos sentenció que el castellano no ofrece la misma claridad que el inglés. Con mal disimulado desprecio le dije: «Léete el artículo de García Márquez en nuestro periódico del domingo y luego dime si sigues creyéndote eso». No es que el castellano sea farragoso, es que demasiados perezosos permiten que lo sea.

Evitar el desorden sintáctico

Este tipo de desorden crea ambigüedad o doble sentido y puede confundir al lector. El representante de los lectores en un periódico presenta unos ejemplos: «Un hospital de Málaga entrega un recién nacido equivocado a una madre». Pero no fue el pobre bebé quien se había equivocado, como habría quedado claro al titular así: «Un hospital de Málaga se equivoca al entregar un recién nacido». Otra muestra: «Crece el malestar social en la

población de Turquía por las intromisiones en la vida privada del Gobierno islamista». ¿Un Gobierno tiene vida privada? Mejor así: «Crece el malestar social en la población de Turquía por las intromisiones del Gobierno islamista en la vida privada».

Omitir tópicos

De este modo, fuera «profeta en su tierra», «en olor de multitudes», «marco incomparable», «una de cal y otra de arena», «a lo largo y ancho del planeta», «una carrera meteórica», «una segunda juventud», «trabajador incansable», «amigo de sus amigos»... Hay miles.

Y una queja personal contra ese sinfín de protagonistas protagonizando sin parar. Se nos habla de películas y obras de teatro con múltiples protagonistas, a pesar de que protagonista significa el personaje principal; la lluvia no condicionó una carrera de automovilismo en Alemania, sino que fue «la gran protagonista»; los libros reseñados en un suplemento cultural no son las «novedades» del mes, sino los «protagonistas». Parece que la prensa en España no podría funcionar sin tanto protagonismo.

También me gustaría pasar una semana entera sin leer sobre personas que creen que los vasos están medio llenos o medio vacíos.

Y mi deseo ferviente sigue siendo que un decreto ley prohíba cualquier mención periodística en la península ibérica del *Guinness Book of Records* —incluso si Guinness se escribe de forma correcta, que es lo que no suele ocurrir.

Como dijo Orwell, «Nunca uses una metáfora, símil u otra figura retórica que estés acostumbrado a ver por escrito».

* * *

Un día, cuando trabajaba de editor, llegó a mi mesa un reportaje con una entradilla florida y amanerada. Era una de esas frases larguísimas redactadas con intención de impresionar, cuando en realidad lo que consiguen es irritar e incluso confundir al lector. Con diplomacia, se lo hice saber a la joven redactora.

Ella protestó.

Insistí amablemente, explicando mis razones.

Hubo algún cambio de impresiones y contraste de pareceres más hasta que, decepcionada, espetó: «¡Pero me quitas toda la creatividad!».

Parecida creatividad ejercía el autor de un artículo sobre Julio Anguita, entonces alcalde de Córdoba, que comenzó así:

> La osamenta de su nariz es napoleónica, pero la carne que la cubre, al comienzo turgente y espartana, se abandona al final en deliciosas hendiduras. Tan enhiestas y abiertas de natural que parecen expandir esa voluptuosidad propia de quien acaba de aspirar aromas de bergamota o pachuli. Más abajo, la sonrisa que dibuja en círculo, casi de sibila perversa, es, a pesar de su engañoso magnetismo, mera gimnasia facial, que empuja sus inquietantes ojos de mago. Porque es ahí, en esos ojos del color de la almendra temprana, donde reside la fuerza, la seducción y el encanto de este maestro de escuela trastocado por las urnas en califa carismático. Son los ojos los que realmente sonríen y se ríen cada vez que la boca se adelanta jugosa y esboza su truco. Aunque sendos iris convivan con incipientes taras de astigmatismo, vista cansada, hipermetropía y todas las servidumbres oculares...

La verdad, para poesía nasal prefiero esa versión de Quevedo: «Érase un hombre a una nariz pegado, / érase una nariz superlativa, / érase una alquitara medio viva, / érase un peje espada mal barbado...».

El estilo no es algo que se añade a un artículo, como las especias a un guiso, ni el mejor estilista es el que más oraciones subordinadas mantiene en el aire, como un gracioso malabarista.

El escritor Antonio Muñoz Molina denuncia «esa gran enfermedad hispánica, la vaguedad palabrera, la sobreabundancia, la *concepción acústica del estilo,* como decía Borges, que la atribuía sobre todo a los españoles». Muñoz Molina señala «esa tendencia a la proliferación verbal y a las oraciones subordinadas que parece ya congénita en un idioma maleado durante siglos por predicadores religiosos, leguleyos fulleros y demagogos civiles o castrenses».[18]

«Lee tus propias composiciones y cuando te encuentres con un pasaje que te parece especialmente fino, táchalo», recomendó Samuel Johnson. Según Séneca: «El lenguaje de la verdad es sencillo y exento de artificios... Cuando un autor se preocupa demasiado de su estilo, puedes suponer que es tan frívolo de mente como escuálido de contenido».

Para Somerset Maugham «el mejor estilo es el que no se nota». En palabras de Vargas Llosa, esta neutralidad estilística refleja una postura casi moral del autor, «una voluntad de juego limpio, de objetividad y autenticidad, lo que dota a sus textos de una gran fuerza persuasiva: los lectores le creemos todo lo que nos dice».[19]

El autor de prosa de no ficción no renuncia a ser original. Algunos de los mejores se recrean en la sonoridad de las palabras, utilizan repetición, símil, metáfora y símbolo. Su estilo está en los cambios de ritmo y en la sorpresa, en la chispa y la variedad. Pero el mejor estilo procede del propio material y del peculiar punto de vista del autor. ¿Qué detalles le

llamaron la atención? ¿Cómo los presentó? ¿Con qué nos sorprende?

Esto empieza a sonar algo teórico. Volvamos a lo concreto. He aquí un par de ejemplos sacados de la prensa que gustan por su buen estilo. El primero es el arranque del perfil de un autor norteamericano, un tal Jim Harrison:

> Deja propinas exageradas a las camareras que tienen buen culo. Su fama de *gourmet* es legendaria, su afición al vino notable y memorables han sido sus juergas, entre otros, con su amigo Jack Nicholson. Quienes lo conocen bien dicen que Jim Harrison (Michigan, 1937) es más grande que la vida. Resulta difícil acotar la personalidad de este novelista, poeta y guionista estadounidense: escapa a las etiquetas y lleva más de cincuenta años empeñado en ello. La fama no ha cambiado esto. Le llegó con obras como *Leyendas de pasión, Dalva* y *Un buen día para morir*. Mucho antes, a los catorce, decidió que quería ser escritor. Poco después de cumplir los veinte sacó su primer poemario. En total ha publicado más de treinta y cinco libros. En Francia es una celebridad y en Estados Unidos, una especie en extinción. Harrison va por libre.[20]

Que se ignore por un momento ese «más grande que la vida» (una traducción demasiado literal de *«larger than life»*). Para mí, el texto atrae por varias razones, entre ellas, su energía. También la fluidez: de camarera a *gourmet*, de *gourmet* a vino, de vino a juergas, de juergas al fascinante Jack Nicholson. ¿Voy a encontrar a gente tan especial? Pues sigo leyendo. Ahora se me informa de cómo se llama este tipo, dónde nació y qué edad tiene, y a continuación de lo difícil que es encasillarlo. A la vez, sin esfuerzo y en oraciones subordinadas, la autora ha presentado más información sobre su obra. Después, el contraste entre su fama en Francia y su falta de reconocimiento en Estados Unidos. Cuando se me dice que «Harrison va por libre», me lo creo, ya tengo ganas de conocerlo mejor.

Ahora el arranque de la crítica de una película sobre las temidas pandillas de un país centroamericano:

> El ritual de iniciación para entrar en las maras no exige mayoría de edad, incluye que los que van a ser tus hermanos te den una paliza brutal para demostrar tu entereza, también eterna sumisión a los jefes, no cuestionarse jamás una orden, odiar al enemigo, fe ciega, sumisión y lealtad inquebrantables, los juramentos y códigos verbales y gestuales que caracterizan a las sectas, tatuarse orgullosamente el organismo hasta la extenuación. Es una mafia nacida del lumpen, de la miseria extrema. A cambio ofrece a los marginales el certificado de que nunca van a estar solos, de que poseen una

> enorme familia, que van a gozar de los privilegios ancestrales del guerrero, la seguridad de que cualquier afrenta será vengada. No se admite la deserción ni la renuncia. En el caso de que te entierren, algo absolutamente probable dedicándose a una forma de vida regida por la violencia, va a haber mogollón de gente en tu entierro, lamento coral, esas cosas.[21]

No molesta en absoluto esa frase tan larga al principio —71 palabras— porque está hecha con el fin de captar la vida frenética, absurda, al límite, de estas pandas, y me mete en materia enseguida. Como el supuesto pandillero, estoy comenzando a conocer esta extraña vida. Luego, el contraste de una frase corta y contundente: «Es una mafia nacida del lumpen, de la miseria extrema». Después, una buena transición: «A cambio ofrece...». En otra frase larga aprendemos más: es un mundo violento, esperpéntico. Sorprenden las palabras «organismo» —tan clínica — y «extenuación», que suele utilizarse en relación con una actividad física, para describir ese sinfín de tatuajes. El párrafo termina —¿como la carrera del nuevo pandillero?— con la muerte, y el contraste entre el «mogollón de gente» —tan prosaico— y un mítico «lamento coral».

Pero que nadie crea que estos dos pasajes se fraguaron al azar. Seguramente los autores los leyeron una y otra vez para imprimir cadencia y sonoridad, variación.

Un ejemplo final, del brillante crítico taurino Joaquín Vidal. Si bien un crítico puede suponer cierto conocimiento de la materia por parte del lector —incluso un vocabulario especializado—, los mejores críticos, en todas las disciplinas, intentan escribir para el mayor número posible de lectores. Esto lo conseguía de manera admirable Vidal. Por su sentido del humor, agudeza e inconfundible estilo, tenía miles de devotos, muchos de los cuales jamás habían entrado en una plaza de toros. Si bien puede ser arriesgado citar un ejemplo años después de su publicación, creo que aún se aprecian sus virtudes en el comienzo de esta reseña de un festejo de la feria de Sevilla titulada «Manda el cabo»:

> Cuando en un ejército no hay oficiales ni suboficiales, o paran todos en la cantina, manda el cabo, si hay cabo que quiera mandar. Así ocurre en la torería, donde cada vez abundan más los militares sin graduación. La culpa no es del cabo, naturalmente, sino de la oficialidad, acomodaticia con lo que hay. A fin de cuentas el cabo hace lo que puede, y si a fuerza de tesón y pelea alcanza el generalato, ese es su mérito.
>
> El cabo que manda hoy en la fiesta de los toros es Espartaco. Sale Espartaco a la arena y con su férrea voluntad de agradar, solo con eso, se hace el amo. Pobre fiesta, sin generales ni capitanes, sin sargentos siquiera. Una fiesta que

> tuvo de todo, hasta papas; un papa negro y un faraón también, en el colmo del lujo; había allí de todo, para dar y tomar: reyes, príncipes, dictadores, mariscales con mando en plaza, y a uno que destacaba por lo recio le designaron soldado romano. Cada cual imponía su ley...[22]

Pero esta brillantez no se conseguía con facilidad. Vidal cuidaba los detalles más mínimos. Cuando había una corrida en Madrid, y tras dictar desde la plaza la primera versión contra reloj para las ediciones de provincias, volvía a la redacción para afinar la que se leería en la capital. Le he visto pasar horas delante del ordenador para crear una crónica totalmente nueva... o no cambiar una coma. Era muy competitivo. Igual que Espartaco, pero con mucha más gracia, no se le iba a ir ningún toro sin torear.

Esto nos lleva a otro aspecto del estilo: que es intransferible. Si bien un autor puede admirar a ciertos escritores, e incluso jugar a imitarlos en alguna etapa, el único estilo válido es el suyo propio, que tarde o temprano brotará de forma inconsciente.

«Sé tú mismo y los lectores te seguirán a cualquier parte», observó el maestro Zinsser. «Intenta escribir de forma artificiosa y te abandonarán», añadió. La brillante Susan Orlean, de *The New Yorker*, cuenta cómo al principio de su carrera utilizaba trucos para animar su obra, pero que con el tiempo su «voz narrativa volvió a ser algo natural, intuitivo e instintivo». Otro consumado artista, el matador Juan Belmonte: «Olvida tu cuerpo, se torea como se es».

* * *

Una vez terminado su artículo, el autor debería repasarlo de forma implacable.

Esto lo afirmó aquella férrea Defensora del Lector de *El País* cuando señaló «el mal ensamblaje de materiales de diversa procedencia o de modificaciones introducidas en el texto sin advertir que la nueva redacción incurría en contradicciones o errores. Eso significa que el redactor no ha repasado lo que ha escrito antes de publicarlo. Creo que es responsabilidad del periodista revisar el artículo hasta estar seguro de que es correcto».

También el *Reuters Handbook of Journalism* recomienda la sana costumbre de que el periodista sea su propio editor, de que repase sus artículos a fondo, «en particular, la entradilla, para asegurarse de que toda la información importante figura en el encabezamiento, incluyendo el contexto que explica la importancia de la noticia...».[23]

Como recomiendan muchos expertos, hay que leer lo que se ha escrito en voz alta o voz baja. Así leemos más despacio y es más fácil encontrar errores, repeticiones, palabras sobrantes, frases huecas o desangeladas. Se puede imaginar que se está hablando en la radio y adoptar ese mismo tono «conversacional». He probado esto con estudiantes de Periodismo, y funciona. Al escribir para el oído, la extensión de sus frases se redujo hasta que fueron mucho más manejables. Mejoró la organización y las ideas aparecieron de una en una.

Nada de este proceso es fácil. Muchas veces el principiante se sentirá frustrado a la hora de escribir; no hay peor sensación que ser consciente de que un escrito está mal y no saber cómo arreglarlo. Pero es esencial que se tome todo el tiempo necesario para dejarlo bien. Como observó Samuel Johnson, «lo que se escribe sin esfuerzo en general es leído sin placer».

Esta autoexigencia la expresó Primo Levi, tan admirado —aunque poco imitado— por tantos intelectuales:

> Siempre pensé que uno debe escribir de la forma más clara y ordenada posible; que escribir es transmitir un mensaje, y que si el mensaje no se entiende es culpa del autor. Por lo tanto, un escritor respetuoso debe hacer posible que su escritura sea entendida por el mayor número de lectores con el menor esfuerzo.[24]

Bueno, vale. Se ha hecho todo lo que se podía. Además, se hace tarde. Hay que entregar el artículo al editor..., si es que hay editor.

8. La vieja dama y el nuevo editor

> «Algunos editores son escritores fallidos, pero también lo son la mayoría de los escritores».
>
> T. S. Eliot

Hace años solía desayunar en un bar donde muchas mañanas coincidía con una señora de avanzada edad que leía laboriosamente *El País*, una de esas personas que silabean las palabras. Me daba la sensación de que se sentía orgullosa de cumplir con su deber cívico de estar bien informada, y la imaginaba por las tardes merendando con sus amigas y encantada de poder comentar los eventos del día con conocimiento de causa. Sin embargo, el periódico no siempre se lo ponía fácil...

Al poco tiempo de entrar en *El País* se estableció la sección de Edición, y yo fui uno de sus miembros. Ahora podría trabajar a favor de la nitidez y la concisión en «mi» periódico, ahora podría ayudar a esa dulce viejecita.

Por entonces la edición era una tarea apenas formalizada en la prensa española. El principal significado de *editar* era, según la Real Academia, «publicar por medio de la imprenta o por otros procedimientos una obra, periódico, folleto, mapa, etcétera». Solo después, cuando la práctica empezó a extenderse, los académicos añadieron esta definición: «Adaptar un texto a las normas de estilo de una publicación». Pero aún a día de hoy muchos periodistas desconocen en qué consisten estas tareas.

La buena edición en realidad empieza con una cuidada planificación entre el jefe de sección —que también es un editor— y el redactor sobre lo que tendrá que contener el artículo, sobre todo cuando se trate de

reportajes largos. Ser jefe de sección no es tarea fácil. Hay que poseer un conocimiento enorme, dominar mil temas diferentes, y más ahora que parece que hay una explosión de conocimiento. Un buen jefe de sección busca la forma más interesante de mezclar lo popular y lo importante. Huye de la rutina.

Una vez terminado un escrito, pasa a la sección de Edición. Aquí un buen subeditor aporta la distancia y objetividad que el autor ha podido perder. Lee cada línea para conseguir fluidez y elegancia. Está pensando en el lector. No intenta imponer su propia manera de escribir, sino ayudar al escritor a sacar lo mejor del material y de sí mismo.

Cada noticia ha de editarse —igual que se escribe— teniendo en cuenta el contenido y el estilo.

Respecto al primero, el editor, escéptico por naturaleza, se pregunta constantemente «¿cómo sabemos esto?» y «¿es fiable esta fuente?». Si el texto no contiene toda la información esencial, hablará con el redactor para conseguirla. Si esto no es posible, la buscará en otras fuentes o aportará lo que ya sabe del tema. Cuando faltan antecedentes, los encuentra y los coloca.

El editor también traza la primera línea de defensa ante posibles problemas legales o pleitos contra su periódico. En todo este proceso intentará que una noticia sea ecuánime y equilibrada, aunque en la prensa española, tan politizada, esto sea difícil.[25]

Hay más. En colaboración con el redactor o el jefe de sección, hay que encontrar titulares inteligibles, concisos y exactos, que atraigan al lector a primera vista.

Muchas veces hay que redactar un nuevo comienzo de una noticia para que enlace, sin fisuras, con los párrafos originales que todavía sirven.

En otras ocasiones, para dar cabida a una segunda noticia, el editor tendrá que reducir de forma drástica la primera, salvando los datos esenciales. Y después de todos estos cambios hay que asegurarse de que la noticia todavía está ordenada de forma lógica y eficaz, en bocados digeribles.

En cuanto al estilo, el editor intenta detectar esos errores gramaticales, ortográficos y tipográficos que tanto alteran a los lectores.

Harold Evans, el legendario ex director de *The Sunday Times,* reivindica este noble oficio al afirmar que «en su misión de asegurarse de que el lector entiende lo que lee y evitar que se aburra, el editor debe exigir que el lenguaje sea específico, enfático y conciso. Cada palabra debe ser entendida por el lector medio, cada frase ha de estar clara a primera vista... Los buenos editores son cirujanos que pueden conseguir que el cuerpo de la crónica sea más vigoroso y saludable. Tienen como

instrumental una mente despejada y el amor por el lenguaje. Son especialistas en la escritura concisa [...], en el significado, la claridad y la precisión».[26]

García Márquez, que siempre se consideró periodista por encima de todo, afirmó que «el del editor es el trabajo más importante». Quienes se encargan de la supervisión profesional de los textos «son la cara del periódico. Lo que hacen los editores es más importante incluso que el papel del director. Ellos consiguen la calidad del diario».[27]

¿Más importantes que el director? ¡Vaya por Dios!

Pero a ninguno nos gusta que nos critiquen. Recuerdo una escena de la película *Todos los hombres del presidente,* sobre el papel de *The Washington Post* en revelar el escándalo Watergate. El joven Bob Woodward (Robert Redford), el *pijo*, y Carl Bernstein (Dustin Hoffman), judío y algo macarra, también joven pero mucho más experimentado, empiezan a trabajar juntos: los dos van a firmar los reportajes, pero todavía no se fían el uno del otro. Woodward ha escrito una crónica que entrega a Bernstein. Mientras este la lee, Woodward, nervioso, lo observa. ¿Cómo reaccionará? Bernstein termina de leer y dice algo así: «No se entiende. No mencionas a Fulano hasta el tercer párrafo. Esto no vale». Woodward lo mira durante un rato hasta que dice irritado: «Bueno, de acuerdo, tienes razón». Bernstein contesta: «¿Entonces?». Woodward: «Pero podrías haberlo dicho de otra manera, ¿no?».

En efecto, hay que ser diplomático al ofrecer o pedir mejoras en un texto. «Ninguna cosa hay tan difícil como el arte de hacer agradable un buen consejo», observó Joseph Addison (1672-1719). Tardé años en darme cuenta de esto. ¿A cuántas personas habré ofendido sin necesidad?

Pero es difícil mantener la calma ante algunos redactores. (Normalmente los que peor escriben). Parecen tener un miedo casi patológico a que alguien señale las debilidades de su escritura. Ante estas reacciones airadas, algunos jefes de sección o redactores jefes se inhiben: «Tengo que trabajar con este tío todos los días», piensan. «¿Para qué complicarme la vida?».

Mas esta dejadez y esta soberbia —que, por otra parte, no serían toleradas en una redacción inglesa o norteamericana— no han de sorprendernos. Muchos españoles denuncian la desidia y la pereza mental de sus paisanos, ese salir del paso con el mínimo esfuerzo, ese burlarse de la búsqueda de la excelencia o de la perfección como cosas de alemanes o japoneses.

Curiosamente, los que mejor aceptan la edición suelen ser los redactores más brillantes. Saben que «cuatro ojos ven más que dos» y agradecen que un compañero esté interesado en su trabajo y quiera ayudar a mejorarlo.

La calidad de los textos también puede verse comprometida por lo que yo llamo «la dictadura del diseño»: al imponer páginas de trazo limpio y sencillo, muchas veces se distorsiona el contenido.

—¿Esta noticia realmente se merece tanto espacio?

—Ya sabes, resulta más barato que un periodista llene ese espacio con una noticia hinchada que dos redactores utilicen ese espacio para dos noticias bien medidas.

—¿Y este despiece de toda una columna sobre acontecimientos similares de los últimos cincuenta años?

—Claro, pero los de diseño...

—Pero sería conveniente conocer algunos de esos antecedentes mientras estoy leyendo la noticia principal.

—Sí, lo sé, pero para antecedentes tienes que dirigirte a la columna hinchada de antecedentes.

—¿Y qué me dices de este recuadro en negrita sobre un aspecto de la noticia principal? ¿De verdad es preciso destacar ese aspecto?

—Pues, no, pero ese es el estilo de la casa. Un asunto que ocupa todo ese espacio tiene que llevar un recuadro. Columna de antecedentes y recuadro. Oye, ¿qué mosca te ha picado?

—¿Y este cuadro gráfico? No me parece necesario, y además es confuso, habría que retocarlo.

—Ya sé que sobra y que despista, pero si tenemos artistas gráficos hay que darles algo que hacer, ¿no? Además, se nos hace tarde.

—¿Y la foto que acompaña el artículo es interesante?

—Es aburrida, pero todo el mundo sabe que no se puede dar una página entera de texto, hay que aligerarla.

—Ya lo sé, pero... Por cierto, ¿por qué publicamos tantas fotos sin interés simplemente porque tienen algo que ver con el tema de la noticia? Todos los días recibimos cientos de fotos interesantes, y algunas podrían descongestionar las páginas en forma de fotonoticias...

Por todo esto, el principiante ha de proceder con cautela. Alguna vez su jefe le pedirá que hinche una noticia para que ocupe un espacio determinado. Ante esta situación, y si es valiente, el joven podría señalar que la noticia no da para tanto. Pero esto crea un problema: ¿cómo llenar ese espacio? Entonces el novel, que ya está preparado, se ofrece para redactar otra noticia, entre las varias posibles que le presentará al jefe.

O podría darse este caso: se le pide al debutante que repase una noticia escrita por otra persona y, basándose en alguna cosilla que aprendió en este humilde tomo, el joven señala los fallos más obvios. Entonces el autor

se pone a la defensiva y recomienda con tono displicente: «Léetelo otra vez, chico, y lo entenderás perfectamente», aunque no es así. (Ramón y Cajal: «Lo peor no es cometer un error, sino tratar de justificarlo»). O el autor monta en cólera: «¡Cómo te atreves, maldito becario...!». Suerte, chaval.

Si el principiante tiene la fortuna de encontrar a algún veterano dispuesto a ofrecerle críticas constructivas a su prosa, que las acepte con gusto. Por su parte, estos profesionales tienen la obligación de pasar sus conocimientos a las nuevas generaciones. (En vez de señalarle al joven periodista los fallos concretos, el veterano puede darle pistas para que los descubra por su cuenta). Otra posibilidad es que el principiante con talento para la edición, mano izquierda y un jefe que lo apoya, se ofrezca para repasar las noticias de su sección. Muy pronto mejorarán y el joven editor será indispensable.

* * *

Bueno, hasta aquí la teoría de la edición.

He aquí un ejemplo práctico, el comienzo de un ejercicio de un alumno de un máster de Periodismo. Versa sobre un eminente periodista argentino, Hernán Casciari, que acababa de lanzar una revista trimestral llamada *Orsai*. Esta información se contenía en el titular y en el subtítulo, de manera que el lector ya sabía algo cuando leía la entradilla:

> La aparición de *Orsai* en el mundo del periodismo puede interpretarse como la de un oasis en medio de un desierto de ideas. Con un panorama desolador y de crisis en un sector en el que parecía que nadie estaba dispuesto a pagar por contenidos de pago que se podían encontrar gratis, *Orsai* ha vendido más de 10 000 ejemplares en papel. Las ventas han respondido aun cuando la revista ha sido colgada gratuitamente por sus propios autores y distribuida a través de Internet sin más intermediarios que la red y el propio lector.

En clase llegamos a la conclusión de que el planteamiento era acertado pero había elementos que estorbaban. Por ejemplo, la frase «puede interpretarse como la de» era desangelada. «Pagar por contenidos de pago» era repetitivo. Si hemos dicho que la revista «ha vendido más de 10 000 ejemplares en papel», no es necesario añadir que «las ventas han respondido». Claro que la revista ha sido colgada «por sus propios autores». ¿Quiénes, si no? Y no es necesario escribir «sin más intermediarios que la Red y el propio lector», porque eso es lo que caracteriza a Internet. Entre todos dejamos el original, de 93 palabras, en 57:

Orsai aparece en el mundo del periodismo como un oasis en un desierto de ideas. Con un panorama desolador y de crisis, cuando parecía que nadie estaba dispuesto a pagar por contenidos que se podían encontrar gratis, *Orsai* ha vendido más de 10 000 ejemplares en papel. Y esto a pesar de haber sido distribuida gratis en Internet.

Con algunas enmiendas, muchos textos de estudiantes pueden entrar con dignidad en cualquier periódico. Serán mejores que tantos otros, planos y aburridos, que se leen todos los días.

En ocasiones una noticia entera necesita edición. Vamos a ver cómo se hace esto. ¡Entremos en el cerebro de un editor!

Como primer paso hay que leer la noticia entera —en este caso, un despacho de agencia—, pero sin caer en la tentación de hacer cambios sobre la marcha. Así respetamos al redactor, no le interrumpimos. Pero como representante del lector, el editor tiene que anotar enseguida cualquier duda, reaccionando como lo haría el lector. Y esto es por una razón muy sencilla: en las sucesivas lecturas, al estar más familiarizado con el texto, esos fallos podrían parecerle al editor tolerables e incluso inexistentes. Así que leamos:

El partido de Rosa Díez suspende a su principal crítico

MADRID. El candidato crítico del último congreso del joven partido Unión, Progreso y Democracia (UPyD), Valia Merino, que se quedó en la oposición interna tras la victoria de Rosa Díez, ha recibido un burofax donde se le comunica la suspensión de su militancia en esta formación política, con la advertencia de que la posible sanción final que recaerá sobre él será la expulsión. Esa medida se debe a la «gravedad de los hechos» que motivaron la incoación del expediente disciplinario y para «evitar perjuicios irreparables derivados del evidente trastorno que para la vida interna del partido ocasionan actuaciones como las que constituyen el objeto de este expediente», según se explica en el burofax.

En ese documento se incluyen los «hechos» que han causado su suspensión y se destaca que Merino no acudió a la sede cuando fue convocado. Declaraciones públicas como que «el partido ya tiene varios millones de euros y hay gente que no tenía dónde caerse muerta, que tiene claro que esta es su empresa y que van a vivir económicamente muy bien gracias a la misma», o también que «Rosa Díez es desastrosa y totalitaria» son consideradas faltas graves, al «dañar la imagen del partido» y ser «descalificatorias».

Y ahora algunas de las consideraciones que se me ocurren durante esta lectura:

Primera consideración: el titular está bien. Aunque se podría haber titulado con el nombre del partido, esta noticia se producía poco después de su formación, cuando muchos lectores podrían no reconocer el nombre Unión, Progreso y Democracia, y menos todavía las siglas UPyD. Rosa Díez, en cambio, era bastante conocida por su actividad política anterior.

Segunda consideración: no me gustan esos dos párrafos tan largos, que no facilitan la lectura. También hay algunas frases muy largas.

La noticia arranca bien: Valia Merino es identificado de inmediato. Además, me gusta eso de «joven partido», un dato para el lector menos enterado. Ahora se me informa de que Valia ha recibido un burofax. ¡Alto! Esto no es una gran noticia. Todos los días en todo el mundo millones de personas reciben (o recibían, ahora se imponen los correos electrónicos) un fax. Es evidente que la forma de comunicarle a Valia su suspensión podría interpretarse como maleducada, pero de momento intuyo que el fax, si bien aporta una fuente fidedigna a la noticia, no merece estar en la entradilla.

Sigo leyendo esta primera frase demasiado larga —62 palabras— y por fin aparece lo importante: Merino ya no es militante y puede ser expulsado de su partido. Muy fuerte. Pues haberlo dicho con tamaña fuerza mucho antes. Pero no, esta información se me presenta de la forma más desangelada: «... donde se le comunica la suspensión de su militancia en esta formación política, con la advertencia de que la posible sanción final que recaerá sobre él será la expulsión». Qué amaneramiento; de nuevo, los malditos sustantivos en lugar de los verbos. Otro redactor que entrega sus artículos sin leerlos una última vez en voz alta.

La segunda frase, de 50 palabras, empieza con una buena transición («Esa medida»), pero es rebuscada y falsa a más no poder, y esta vez la culpa es del partido. ¿De verdad los mandamases se expresan de forma tan ridícula? Pues sí, parece que sí. Y eso que, según tengo entendido, esta nueva formación presume de aportar aire fresco a la escena política. ¿Y el partido es tan endeble que un simple conflicto con un militante puede causar «perjuicios irreparables»? Pues no, doña Rosa, así no van ustedes a ninguna parte. Es más, dudo que les vote en los próximos comicios.

En cuanto a las frases textuales —de un partido, de una persona—, es legítimo comprimirlas omitiendo una parte con puntos suspensivos entre corchetes, y no obligar al pobre lector a tragar tanta vacuidad.

Llego a la tercera frase, que arranca con otra buena transición («En ese documento») y además tiene la virtud de ser corta, 25 palabras. Pero ¿por qué incluir la frase «los “hechos” que han causado su suspensión»? Es como repetir eso de la segunda frase de «que motivaron la incoación del expediente disciplinario» y «el objeto de este expediente». Innecesario.

Ahora, la cuarta y última oración, de 63 palabras —demasiadas—, con el débil verbo «ser» en el lugar 51. Esta vez la culpa la comparten el redactor y el gabinete de prensa del partido. Si escribir es «pensar sobre el papel», parece que las dos partes han estado en otra cosa.

O sea, en muchos sentidos, esta noticia es la negación del estilo de agencia. ¿Es que nadie la repasó antes de mandarla a los clientes? ¿Estos clientes se quejaron? ¿O la dieron tal cual? Entonces, quienes tendrían que quejarse son los lectores.

No importa. Vamos a dejar la noticia así:

> **El partido de Rosa Díez suspende a su principal crítico**
>
> MADRID. El candidato crítico del último congreso de Unión, Progreso y Democracia (UPyD), Valia Merino, ha sido suspendido de militancia y puede ser expulsado del joven partido.
>
> Merino, que se quedó en la oposición interna tras la victoria de Rosa Díez como líder, ha recibido un burofax que justifica la medida para «evitar perjuicios irreparables derivados del evidente trastorno [...] para la vida interna del partido».
>
> En este documento se afirma que Merino no acudió a la sede cuando fue convocado. También se consideran como faltas graves unas recientes declaraciones públicas «descalificatorias» de Merino al «dañar la imagen del partido».
>
> Según UPyD, Merino había declarado que «el partido ya tiene varios millones de euros y hay gente que no tenía dónde caerse muerta, que tiene claro que esta es su empresa y que van a vivir económicamente muy bien gracias a la misma». También se le acusa de afirmar que «Rosa Díez es desastrosa y totalitaria».

Ahora bien, se puede argüir que no he hecho todo lo que podía. Por ejemplo, que lo de una Rosa Díez «desastrosa y totalitaria» podría ir más arriba en la noticia, incluso en la entradilla. Pero, cuidado, eso podría dar a entender que Valia fue expulsado por criticar a Rosa, y no tenemos suficiente información para afirmar tal cosa. Además, si realizo ese cambio, luego tendré que cambiar el segundo párrafo, y el tercero, y el cuarto, y a mí no me pagan por hacer *todo* el trabajo del redactor.

De nuevo comparo el periodismo con los botijos. Imagínese el lector un botijo con bultos, alguna grieta, tal vez ladeado. Hasta un niño de corta edad notaría los desperfectos. A ese botijo hay que limarle sus asperezas, rellenar con barro esa grieta, igualarle la base. Pues esa es la labor del editor: adecentar los botijos antes de ponerlos a la venta.

Pero hay noticias que derrotan al editor más experimentado; son meros

«popurrís» de datos desordenados que no aportan más que confusión. He aquí un párrafo sacado de un reportaje sobre los efectos nocivos de la era informática. El autor, de cierto renombre, denuncia la tendencia de muchas personas a probar un poco de todo, de forma fragmentaria, sin profundizar en nada. El quinto párrafo, confuso y autoindulgente como los otros, era una única oración de 124 palabras y 13 comas:

> El mundo de la música es, por ahora, la mayor víctima cultural de la red, y sus consumidores, habitantes de un mundo en el que vivimos de una parte «sitiados por la abundancia», como dice el ensayista Marek Sobczyk en su libro recién publicado *De la fatiga de lo visible,* y de otra hipnotizados por la piratería, que al ponerle el cartel de gratis a los productos culturales les quita todo su valor, son los que más han cambiado, normalmente para entregarse a la voracidad, porque las descargas legales y, sobre todo, ilegales hacen que casi todo el mundo tenga en su ordenador o su mp3 100 veces más canciones de las que podrá escuchar en un día, un mes o incluso un año.

Curioso, ¿verdad? Confieso que no tendría la menor idea de qué hacer con este tipo de artículos. Son como un botijo que gotea y que no se puede arreglar. Hay que romperlo y exigir que se haga otro.

Ahora bien, por mucho que aumenten las tareas de edición, dudo que jamás alcancen el nivel de algunos periódicos en inglés como *The New York Times, The Guardian* y *The Oberver,* o de revistas como *The Economist* y *The New Yorker*, con sus temibles *fact checkers*, o «comprobadores de datos». Estos señores no se andan con chiquitas: en su afán por la calidad, cuestionan todo. Para protegerse, los periodistas entregan muchas notas a pie de página.

El nivel de exigencia se pudo comprobar cuando *The Washington Post*, por error, colgó en su página web las observaciones de un editor tras leer la primera versión de un reportaje. Aparte de una veintena de reparos muy concretos sobre el tema, sus notas al redactor contenían frases como: «En vista de lo que dices más adelante, lo que necesitas aquí es una cita sobre...»; «Este párrafo necesita rehacerse. ¿Por qué no pones...?»; «Creo que las estadísticas aquí son confusas y poco persuasivas, porque estás sacando conclusiones que no apoyas»; «Creo que lo que realmente necesitas son estadísticas que demuestren que...»; «¿De qué manera?...»; «Necesitas aquí algo así como...»; «¿Por qué hicieron esto?...»; «¿Cuál es la historia de esta prueba?...»; «Vamos a ver si entiendo...».

Por otra parte, no todos los periodistas tienen las cualidades para ser editores ni las ganas de meterse con el texto de un compañero; quieren firmar noticias, no corregirlas. Además, los editores, cuando los hay,

muchas veces trabajan con distintos criterios, y esto les resta eficacia.

A lo mejor los editores de *El País* deberíamos haber celebrado reuniones periódicas con los redactores para explicarles mejor nuestras exigencias. Por otra parte, muchos redactores se limitan a decir: «Que lo arreglen ellos». Tal vez algunos de estos factores influyeron en la decisión de *El País* de cerrar la sección de editores a los dos años de su creación.

Sin embargo —llámalo carácter quisquilloso o tan solo orgullo profesional—, a mí me gustaba colaborar en la fabricación de esos botijos. En palabras de una experta británica: «Saber cómo retocar un texto que no funciona hasta conseguir que todo en él encaje a la perfección es una fuente de satisfacción... Nosotros, los editores, deseamos colaborar —no competir— con los creadores de nuestro material, y compartimos la satisfacción y el sentimiento de la labor bien hecha cuando todo va bien».[28]

Un recurso común para terminar un artículo —tal vez utilizado en exceso, pero normalmente, eficaz— es volver al principio. Una mañana, a las pocas semanas de establecerse la sección de Edición de *El País,* desayunaba en mi bar de costumbre. A mi lado, esa vieja dama leía un artículo que yo había editado. Estuve a punto de decirle: «Sé que no está perfecto, señora, pero está mucho mejor de lo que estaba anoche».

9. Algo más ambicioso

> «Escribe solo si no puedes vivir sin escribir. Escribe únicamente lo que solo tú puedes escribir».
>
> Elie Wiesel

Hasta aquí, este libro ha hablado más bien de periodistas. ¿Y ese autor interesado en contar su vida o recrear un largo viaje o en explicar por qué desaparecen las abejas? ¿El que quiere demostrar que, en efecto, «no hay temas aburridos, solo escritores aburridos»?

Como en toda escritura, este autor tiene que empezar por documentarse con rigor profesional sobre el tema; sus trabajos no pueden ser superficiales. Vargas Llosa expresa bien este proceso al examinar un libro de la periodista argentina Leila Guerriero, una recopilación de sus perfiles o retratos de músicos, escritores, fotógrafos, cineastas y pintores:

> [...] Implica trabajo riguroso, investigación exhaustiva y un estilo de precisión matemática. Antes de enfrentarse a sus entrevistados (vivos o muertos), ella ha leído, visto u oído lo que ellos han hecho, se ha documentado con rigor sobre sus vidas y sus obras consultando a parientes, amigos, editores o críticos, leyendo toda la documentación posible sobre su entorno familiar, social y profesional. Sin embargo, sus ensayos no delatan ese quehacer preparatorio tan rico; al contrario, son ligeros y amenos, fluyen con transparencia y naturalidad, aunque, bajo esa superficie leve y ágil que engancha la atención desde las primeras líneas, se advierte una seguridad y seriedad que les confiere una poderosa consistencia.[29]

Un proyecto largo puede ser agotador, sobre todo para el no profesional, que en algún momento tendrá la tentación de tirar la toalla. Para resistir a esa tentación, durante la fase de planificación será muy útil apuntar qué es lo que le atrae del proyecto, para tenerlo claro en las noches oscuras y poder dirigirse hacia esa meta con renovados bríos.

¿Cómo empezar? Cada autor tiene sus propios métodos. En vista de que escribir es, en el fondo, una labor de reescritura, algunos expertos recomiendan que se comience escribiendo cualquier cosa, ya que lo importante es dejar palabras sobre el papel que después se puedan mejorar.

Sí... y no. De esta manera se tiene enseguida algo en la página o en la pantalla, pero muchas veces eso no es lo que tenía que estar allí, porque no va a encajar bien con el todo. Entonces, el atajo resulta una pérdida de tiempo y hay que comenzar de nuevo.

Por eso, como hemos visto, los buenos profesionales hacen un boceto. Cuando se trata de obras de cierta extensión, organizan su material en bloques que permiten manejarlo con mayor facilidad —para ellos y para sus lectores—. Lejos de quitar espontaneidad a la escritura, un buen plan aporta la seguridad necesaria para desarrollarla con frescura, para escribir de verdad. Y si al escribir vemos que es preciso cambiar de plan, pues se cambia.

Según un experto, el autor hace dos cosas: «Explorar la complejidad del tema y presentarla a través de una serie de revelaciones».[30] Describirá lugares y ambientes de ese mundo especial. Presentará a sus personajes a través de su forma de vestirse, de comportarse y de hablar. Reproducirá no solo sus declaraciones, sino sus diálogos con otros actores en la historia o con el mismo escritor. Aquellas estrellas del Nuevo Periodismo norteamericano incluso recreaban lo que estaban pensando esos personajes, como en una novela.

Estas revelaciones son como esas escenas clave de una película: no pueden eliminarse. Y lo mismo que en una buena película, el lector se estará preguntando constantemente «¿y ahora qué va a pasar, ahora qué va a pasar?». Por eso, mientras escribe, el autor procura saber qué es lo que el lector sabe en cada momento y qué es lo que quiere saber.

Y durante todo ese proceso el autor se pregunta si eso que está contando es interesante de verdad.

Mientras escriben, algunos autores sueltan un vendaval de palabras con máxima rapidez, aunque luego tendrán que cortar y hacer cambios, a veces de modo drástico; otros se sienten obligados a pulir cada frase antes de pasar a la siguiente. El autor interpreta un papel curioso. Igual que todo creador, escribe para sí mismo, absorto en la tarea. Pero a la vez está

de pie detrás de su mesa, leyendo por encima de su hombro de forma crítica, como hará el lector. Como escritor, no hay que inhibirse; como lector, no hay que permitir al escritor que se pase.

Muchas personas tienen que robar horas para crear, pero siempre que sea posible conviene escribir todos los días para no perder el ritmo. Algunos autores empiezan cada día por leer lo que escribieron el día anterior; a la vez que corrigen, recuperan el ritmo.

¿Y cuando es difícil ponerse en marcha, el miedo visceral de todo escritor? Conviene no agotarse el día anterior. Cuando se ha trabajado más o menos las horas acostumbradas —un número muy variable según cada autor— y se sabe lo que se va a escribir a continuación..., se para. De esta manera no costará arrancar al día siguiente. Sin embargo, si se escribe hasta el agotamiento, puede ser difícil comenzar.

Hay una cosa curiosa: la escritura más importante se realiza fuera de la mesa de trabajo, cuando se está tumbado en la cama mirando al techo, caminando por un parque o haciendo largos en una piscina con la mente en blanco. De pronto aparece la solución al problema que inquietaba al autor: ese comienzo está mal porque falta un dato clave, o aquel párrafo estropea todo y hay que eliminarlo, o ese personaje tiene que aparecer mucho antes y de otra forma.

Muchos escritores, como el legendario James Thurber, no paran de escribir mentalmente. «Nunca sé del todo cuando no estoy escribiendo. A veces mi esposa se me acerca en una fiesta y dice “Rayos, Thurber, deja de escribir”. Normalmente me pilla a mitad de párrafo. O mi hija me mira durante la cena y pregunta “¿Es que está enfermo?”. “No”, contesta mi esposa, “está escribiendo algo”».[31]

¿Cómo acabar un reportaje o un ensayo? Se suele decir que, tras el comienzo, el elemento más importante es el final. Muchos expertos van más allá y afirman que el final tiene que perfilarse incluso antes de comenzar, que todo lo anterior está encaminado hacia esa sensación última que se quiere provocar en el lector. Es esencial encontrar ese final perfecto. Según el maestro Zinsser, «una buena conclusión —o un último párrafo— es una delicia. Levanta la moral del lector, y su recuerdo persiste al terminar la lectura del artículo».[32]

Pero como dijo Hemingway de manera gráfica, «la primera versión de cualquier cosa es una mierda»; entonces empieza ese proceso de autoedición en el que, más que nunca, se quiere leer como leerá el lector. Hemingway: «El don esencial de un buen escritor es tener incorporado un detector de mierda a prueba de choques». Sí, escribir significa escribir de nuevo, y el proceso puede parecer interminable.

El problema es que se está demasiado cerca para ver el trabajo con

objetividad. Una solución es dejarlo durante cierto tiempo y, cuando se retome, se verán los fallos. Seguramente no hay que recurrir a la extraña práctica del gran Gay Talese para conseguir una visión fresca del material: ha afirmado que pega los folios en la pared de una habitación y los lee a través de unos prismáticos.

A veces un escrito contiene frases o toques que el autor considera brillantes, pero que no añaden nada al todo, e incluso lo pueden debilitar. En este caso, y muy a su pesar, tiene que eliminarlos. Es muy citada la despiadada advertencia atribuida a Faulkner: «Mata a tus bebés». No hay que preocuparse, se dará vida a otros.

Pero lo más probable es que ni siquiera ahora esté terminada la obra. Según Mark Twain, «el momento de empezar a escribir un artículo es cuando ya lo tenemos acabado a nuestra plena satisfacción. Es entonces cuando comenzamos a darnos cuenta de lo que en realidad queríamos decir».

Si hay tiempo, yo soy partidario de mostrar el trabajo a algunos lectores antes de entregarlo. Es preciso saber cómo va a reaccionar el lector medio. Si varias personas expresan los mismos reparos, hay que pensar en hacer cambios. Pero hay que escoger a estos lectores con cuidado. Algunos no tienen el menor interés en leer el texto, o están poco cualificados para criticar, o no tienen nada interesante que decir, o temen herir la sensibilidad del autor. También los hay demasiado críticos, que pueden dañar la confianza en uno mismo. No hay que enseñar el trabajo a cualquiera.

Si tiene mucha suerte, el escritor podrá encontrar a un gran editor a la altura de sus aspiraciones: el tipo de editor que le ayude a sacar lo mejor de sí mismo. En Estados Unidos e Inglaterra hay una rica tradición de grandes editores que han obrado maravillas con los textos de algunos de los escritores más importantes. F. Scott Fitzgerald y Ernest Hemingway se beneficiaron de la sabiduría de Maxwell Perkins, de la editora Scribner's. Varias generaciones posteriores de novelistas alabarían lo que uno de ellos describió como «el infalible sentido de la estructura» de Perkins y su capacidad «para ver adónde tenía que ir un autor con más claridad que el mismo autor». Otros ejemplos: William Shawn, de *The New Yorker*, y Gordon Lish, que influyó poderosamente —algunos han dicho que demasiado— en la escritura de Raymond Carver.

Nada de esto es fácil. Como dice el viejo refrán, «un escritor es alguien a quien escribir le cuesta más que a otras personas». Pero hay que persistir. Según Ray Bradbury, «solo fracasas si dejas de escribir».

10. En busca del editor ausente

> «Un *gentleman* nunca ofende a nadie sin querer».
>
> Oscar Wilde

Entre otras cosas, este libro aboga por ampliar las labores de edición, ese eslabón débil —algunos dirían perdido— del periodismo español.

Muchos profesionales, pesimistas, opinan que «algunas personas escriben mejor que otras y nada se puede hacer para cambiar eso». Un enfoque más optimista —o realista, como he querido demostrar aquí— tendría que ser: «Sí, algunos escriben mejor, pero cualquier texto puede mejorarse con una revisión».

La buena edición es crucial. Los redactores de las noticias y los jefes de sección que las revisan (si es que las revisan) están excesivamente cerca de las historias, poseen demasiado «contexto» para juzgarlas con objetividad. Eso lo tiene que hacer un editor independiente e imparcial, como representante del lector. En palabras de una autoridad, «el trabajo del editor, en la medida que sea posible bajo la presión del cierre de edición, es tomarse un poco de tiempo para pensar, detectar posibles faltas de coherencia en el texto y hacer las preguntas irritantes».[33]

Esta opinión la secunda esa férrea Defensora del Lector de *El País* al escribir que «una vez redactado, el recorrido de un texto debería incluir algún tipo de supervisión formal. Porque el redactor más exigente y mejor formado puede cometer errores... Hay, claramente, un problema de supervisión, y aquí sí creo que intervienen factores estructurales».

Otro buen profesional de larga trayectoria afirma:

> Y esta es, también, una llamada de atención a los jefes, cada vez más relajados —lo he visto— y con menores exigencias. Mano de hierro. Solo se dejan pasar los trabajos excelentes. El resto, a rehacerlos. Y esa misma severidad, o incluso más, hay que emplearla en los nuevos medios de comunicación. Cuanto más rápidas y más universales son las redes sociales, cualquiera que sea, más criterio profesional necesitan, más vigilancia de su rigor, su calidad y su ética.[34]

¡Ay, las ediciones digitales! Rivalizan en velocidad con las propias agencias. Lo digital devora noticias día y noche. Los redactores que cubren un acontecimiento por la mañana tienen que mandar la noticia inmediatamente para la página web. Por la tarde van al periódico y escriben una versión que se publicará en papel, y además dejan otro tema preparado para la web del día siguiente, con el que empezar la jornada. Tres periódicos, la locura. Muchas veces estos periodistas colocan sus textos sin que nadie los haya repasado antes. Es común que jóvenes con poca experiencia, incluso becarios sin supervisión, cuelguen en las páginas web de sus periódicos textos y despachos de agencia sin apenas revisarlos. La era digital no debe ser una invitación a bajar la guardia.

¿El resultado? Para muchos observadores, la calidad ha caído en picado. En un exhaustivo estudio, en Australia, una veterana editora señala lo siguiente:

> Hoy en día, leo las noticias de mi propio periódico y veo más puntos débiles, más preguntas que me gustaría que tuvieran respuesta en el texto y que no la tienen. Veo más artículos [...] que no están respaldados por tantas fuentes fidedignas como a mí me gustaría.[35]

Este acelerado proceso digital también contribuye a todo tipo de fallos que los lectores ahora pueden denunciar al instante, también por Internet, obligando al periódico a efectuar una corrección, o hasta una disculpa formal. «Tanto los periodistas como los lectores creen que incluso los errores en apariencia más pequeños alimentan el escepticismo del público sobre la credibilidad de un periódico», asegura un experto.[36]

Ese ciberespacio tan volátil ha traído otros problemas, como bien explica el sagaz comunicador Alfonso Armada:

> ¿Estamos deshumanizando el periodismo con nuestro empeño en conseguir más y más pinchazos en nuestras páginas digitales a costa de publicar banalidades, perfectas tonterías, noticias, o presuntas noticias, o fragmentos de noticias, historias que son retales, noticias que no se entienden, o que dejan de serlo al cabo de pocas horas, pocos minutos, pocos segundos, historias que no hacen más inteligible el tiempo que vivimos, sino más bien todo lo contrario?

> ¿Que nos dan la impresión de que nuestro mundo se ha vuelto incomprensible? Porque nos falta el contexto, los antecedentes, la hondura para explicarlo en toda su complejidad, o en parte de su complejidad.[37]

«Todo el periodismo se ha vuelto amarillo o amarillea en la transición digital», escribe un experto. «La propia prensa de referencia ha tirado la toalla, y ha buscado la igualdad por abajo cuando ha pasado a la red».[38] Y la situación solo puede ir a peor si, como auguran algunos, en un futuro muy próximo el papel va a desaparecer y todo se va a leer en pantallas.

Razón de más para conseguir una cuidada edición. Y lo curioso es que, como también hemos visto, se tarda poco en corregir los fallos más gruesos de una noticia deficiente para dejarla en otra aceptable. Una pequeña inversión en editores puede mejorar enormemente la calidad de los medios y ayudar a renovar el prestigio de la maltrecha profesión periodística.

Pero los jefes no parecen estar por la labor. Al contrario, se escudan en la crisis generalizada de la prensa para imponer draconianos planes de ajuste: menos periodistas con menos experiencia cobrando menos dinero por más trabajo y más deprisa.

Los directores se hallan demasiado ocupados en fijar la política del periódico y en comer con peces gordos —actividades a veces relacionadas — como para mejorar la calidad de sus periódicos con una esmerada edición de los textos. Prefieren lucirse entrevistando a mandatarios domésticos y foráneos y en predicar en foros internacionales sobre «Los retos mediáticos del nuevo milenio» o «Ética periodística en un mundo cambiante». Pero, ¿algo tan prosaico como exigir una mayor atención a la calidad de los textos? Eso, no. «Yo no llegué a director para ocuparme de nimiedades», pensarán. Y vuelvo a recordar a García Márquez: «Los editores son la cara del periódico. Lo que hacen los editores es más importante incluso que el papel del director. Ellos consiguen la calidad del diario».

Estos directores tampoco van a delegar esta responsabilidad en un subordinado. ¿Para qué complicarse la vida con medidas impopulares? ¿Dar un curso de actualización a todos sobre los principios de organizar y redactar una noticia? ¿Y luego exigir? Ni hablar.

Y sin embargo en otras industrias esta formación continua es de lo más normal. «Las empresas como General Motors y General Electric piensan que invertir en los conocimientos de sus empleados beneficia tanto a sus empresas como a sus accionistas», escribe Bob Giles, decano de la prestigiosa Nieman Foundation, bastión del periodismo de calidad de la universidad de Harvard. «Comprenden que la inteligencia es fundamental

a la hora de [...] mantener su cuota de mercado [...], y están totalmente comprometidos en invertir en formación y educación en toda la plantilla. El aprendizaje a lo largo de toda la vida es parte de la cultura».[39]

En tiempos de cambios e incertidumbre para la prensa, esta formación continua quizá incluso contribuya a salir de la crisis. ¿Cuántos medios han cerrado no tanto por la crisis económica como por su falta de calidad? Giles cita a Katherine Graham, la legendaria propietaria de *The Washington Post*: «La excelencia periodística y la rentabilidad van siempre unidas».

Pero, de nuevo, los jefes no parecen estar dispuestos. Su falta de visión empresarial y su obsesión por ahorros insignificantes se expresan bien en una frase de los británicos que siempre me ha gustado: dicen que un hombre es «sabio con los peniques y tonto con las libras». Y luego estos prohombres se preguntan por qué sus productos no se venden.

¿Una cuidada edición? Algunos soñadores aplicarían el proceso con severidad en campos más allá del periodismo. Por ejemplo, para eliminar la prosa vacua de muchos gabinetes de prensa. ¿Cuántos libros de no ficción recibieron un riguroso repaso antes de ir a la imprenta? Si hubiera más lectores exigentes de guiones de cine y de televisión, a lo mejor no habría tanto subproducto que da vergüenza ajena. Al contrario de lo que creen muchos novelistas, cada una de sus palabras *no* está tallada en piedra. O sea, toda una manera nueva de mimar la buena comunicación, la cultura y las ideas.

Hay muchas maneras de terminar un escrito. Una de ellas es con una cita directa, cuanto más autorizada, mejor. Sin pretender aportar una nota de falsa trascendencia, citaremos a Víctor García de la Concha, ex director de la Real Academia Española, cuando dio a entender que la buena escritura puede mejorar nuestra vida colectiva:

> El tener una mayor capacidad lingüística y de expresión afecta a la propia constitución del ser ciudadano. En los *Anales de Confucio*, Sun Tzu le pregunta al maestro: «Si te llamara el duque de Wei para gobernar sus territorios, ¿cuál sería la primera medida que tomarías?». «Cambiar la lengua», respondió el maestro. Porque quien cambia la lengua, cambia la mentalidad, cambia a las personas y a los ciudadanos. Una mayor capacidad de expresión hace ciudadanos más conscientes y libres.[40]

1 Milagros Pérez Oliva. «Errores y horrores de agosto», 11 de septiembre de 2011; «Cada vez más, y más deprisa», 18 de septiembre de 2011. *El País*.

2 Javier Marías. «Tacañería y tosquedad y pereza». *El País Semanal*, 24 de julio de 2011.

3 Esto de la prosa de los negocios es interesante. Según Franklin Covey, una destacada compañía norteamericana de comunicación y formación empresarial, «los empleados dedican a menudo hasta tres horas al día afanándose en expresar sus pensamientos y recomendaciones por escrito. Por desgracia, este es un tiempo desperdiciado si sus correos electrónicos, informes y otros documentos son malinterpretados o incluso ignorados. Con una construcción de frases poco elegante, una organización inadecuada y un lenguaje confuso, la mayor parte de la comunicación escrita pasa inadvertida debido al desorden informativo. Para estimular la competitividad de la empresa, los empleados deben ir al grano y comunicar con claridad, sin dejar nada abierto a la mala interpretación o el malentendido».

4 Pasa poco en una dictadura, pero siempre hay que estar alerta. La UPI tenía un documento con códigos de emergencia para utilizar si nuestro teléfono o télex eran intervenidos durante acontecimientos de gran envergadura. Así, se intentaría dar cuenta de los hechos con unos mensajes en clave. Esto es real, no me lo estoy inventando. Ante la muerte natural de Franco el mensaje sería: «Necesitamos inmediatamente facturas del envío de frigoríficos número _____». (En el espacio se pondría en cifras la fecha y hora aproximada del fallecimiento). Si el gobierno era derrocado de forma violenta, el mensaje sería: «Necesitamos cuanto antes la válvula de carburador Chevrolet número _____». La proclamación de una monarquía se daría así: «Dile a Elizabeth que vamos a llegar este año». Si, además, don Juan de Borbón era designado rey, este mensaje terminaría: *«Love to Johnny»,* y si el agraciado era su hijo, Juan Carlos, se pondría: *«Love to Charles».*

5 Mi agradecimiento al excelente periodista norteamericano Dwight Porter por sugerir este ejercicio del petrolero.

6 Recomiendo un libro fundamental, *El estilo del periodista,* de Álex Grijelmo. (Taurus, 18ª edición, 2014). Es un exhaustivo examen de toda la profesión que vale por muchas horas de clase. Todos los alumnos de Periodismo lo conocen, pero pocos lo han leído.

7 Hannah Beech. *Time*. 14 de noviembre de 2011.

8 Tom Radford. *A Manifesto for the Simple Scribe: My 25 Commandments for Journalists.*

9 El primer ejemplo es de Plàcid García-Planas. El segundo es de Pedro Simón, en *El Mundo*, 12 de diciembre de 2010. Se incluyen más ejemplos de entradillas atractivas en «Agárralo por la entradilla», de Jaime G. Mora, en la excelente revista digital *FronteraD*: http://www.fronterad.com/?q=agarralo-por-la-entradilla

10 Ver *La banda que escribía torcido*, de Marc Weingarten, un análisis exhaustivo de este fenómeno literario-periodístico. Libros del K.O., Madrid, 2013.

11 Hay notables excepciones, entre ellas, Plàcid García-Planas, corresponsal de guerra de *La Vanguardia*. Su forma de trabajar se describe así: «¿Qué explica mejor la guerra? ¿Las ofensivas del ejército afgano contra los talibanes o el ansia de los soldados por grabar el combate en sus móviles Nokia? Plàcid apuesta por lo segundo. Sus crónicas llevan la mirada de quien descubre que es posible broncearse bajo un bombardeo. La mirada de quien se pregunta qué hay en el lugar donde colgaron el cadáver de Mussolini: un McDonald's. La mirada de quien pisa el despacho de Hitler en el momento en que suena música jazz; música "degenerada" en el lugar donde el *führer* descubrió que podía dibujar un mapa de Europa a su medida. La mirada de quien piensa que "la música y la escritura son una misma cosa"». (Del ensayo «Agárralo por la entradilla», *op. cit.*).

12 Luz Sánchez-Mellado. *El País,* 5 diciembre 2013.

13 Estudio de campo: «Lenguaje jurídico en los medios de comunicación». Comisión para la Modernización del Lenguaje Jurídico.

14 *El estilo del periodista*, *op. cit*.

15 Mariano Catellblanque. *Manual del redactor publicitario*. ESIC Editorial, 2009.

16 Hay que tener cuidado para utilizar con corrección incluso las palabras más básicas. Javier Marías denuncia el mal uso hasta de los verbos fundamentales:

> Hoy, «dar» o sobre todo «hacer» valen para todo. En español nunca se «da» un discurso, como se hartan de decir en las noticias [...], sino que se pronuncia, o coloquialmente se suelta o se larga. La corresponsal de TVE en Londres se quedó tan ancha tras comunicarnos que «Cameron ha hecho un *mea culpa*». ¿Ha hecho? Un *mea culpa* se entona, o si acaso se expresa, pero jamás «se hace»... Hay una serie de verbos absurdos que se utilizan para todo y que han eliminado a otros mejores. Todo el mundo hoy «traslada» lo que sea, su malestar, su opinión, su postura, sus condolencias, un mensaje, cuando ese verbo, justamente, implica más bien un desplazamiento físico. Nadie comunica, ni transmite, ni hace partícipe, sino que sin cesar «traslada»... Cuando a Bisbal

> se le quebró la voz en un concierto, la locutora dijo que «Se vino literalmente abajo», y yo no lo vi por los suelos. Hay más ejemplos; hasta «Se quedó literalmente muerto», he oído. ¿Qué creerán que significa «literalmente»? Todo se mezcla: una redactora de TVE afirmó que tal ciclista «conoce los Alpes como anillo al dedo», luego supongo que a ella un regalo oportuno «le vendrá como la palma de su mano»... (*El País Semanal*, 24 de julio de 2011).

¿Y qué decir de la repetida utilización incorrecta en prensa, radio y televisión de «habría» para dar a entender que una cosa podría haber ocurrido? «Según fuentes policiales, Fulano habría matado a su mujer con un cuchillo». ¿Cómo que «habría matado»? Pero si la pobre yace muerta en el suelo. Grijelmo dedica cinco páginas de *El estilo del periodista* para explicar cómo «habría» se utiliza de forma equivocada, «muchas veces para decir precisamente lo contrario de lo que queremos decir». O cómo se usa «presunto», al parecer para que el periodista no se comprometa del todo. Escuchamos o leemos continuamente que alguien «ha sido acusado del presunto crimen de homicidio», cuando el homicidio no es un presunto crimen, sino uno muy concreto, y de los más graves.

17 «¿Cuándo es demasiado larga una frase?», se pregunta la eminente comunicadora norteamericana Ann Wylie. «Eso depende del nivel de comprensión que estés buscando. Cuanto más larga sea la frase, menos entienden los lectores, según una investigación del American Press Institute (API). Esta investigación, basada en el estudio de 410 periódicos, establecía la relación entre el número medio de palabras en una frase con el nivel de comprensión del lector: 1) Cuando la longitud media de las frases era menor de 8 palabras, los lectores comprendían el 100% del artículo. 2) Aun alcanzando entre 9 y 14 palabras, los lectores entendían más del 90% de la información. 3) Pero al ascender a frases de hasta 43 palabras, la comprensión caía al 10%». (Ann Wylie, *Cut Through the Clutter,* Wylie Communications Inc., 2005).

Si el lector quiere saber el promedio de palabras por frase de sus textos, le aconsejamos este enlace, que lo calcula instantáneamente:

http://www.readability-score.com/

18 Antonio Muñoz Molina. «Tantas palabras». *Babelia*. 27 de febrero de 2010; «Grandes borrascas de palabras». *Babelia*. 12 de octubre de 2013.

19 Mario Vargas Llosa. *Periodismo y creación: 'Plano americano'*. El País, 19 de mayo de 2013.

20 Andrea Aguilar. «El dolor de no entender la historia es evidente en América». *El País*, 24 de octubre de 2010.

21 Carlos Boyero. «Pandilleros de la frontera». *El País*, 30 de octubre de 2009.

22 *Crónicas taurinas de Joaquín Vidal*. Aguilar, Madrid, 2002.

23 *Reuters Handbook of Journalism* (http://handbook.reuters.com/extensions/docs/pdf/handbookofjournalism.pdf).

24 Primo Levi, *Essay on Cosmogonie*. Citado por Mirna Cicioni en *Primo Levi: Bridges of Knowledge.* Berg Publishers Limited, Oxford, 1995.

25 Veo que la política ha enseñado sus sucias garras. Qué pena, con lo que yo había trabajado hasta ahora para mantenerla a raya. Pero es que los periódicos están cada vez más politizados. Temas y titulares tendenciosos, contenidos que mezclan datos objetivos con opiniones sesgadas sin fuentes, ni siquiera la consabida «... según una fuente que no quiso identificarse». ¿Qué fue de la sana costumbre de expresar las opiniones con una tipografía diferente y el epígrafe «Análisis»? Algunas supuestas noticias se parecen más a columnas de opinión. A lo mejor esto es producto de una polarización política en todos los países. Parece que incluso *The New York Times*, la venerada «Dama Gris», está sucumbiendo. (*Changing Times,* Ken Auletta, *The New Yorker*, 24 octubre 2011).

26 Harold Evans. *Essential English for Journalists, Editors and Writers*. Pimlico, 2000.

27 Álex Grijelmo. «El amor por la crónica». *El País*, 18 abril de 2014.

28 Carol Fisher Saller. *The Subversive Copy Editor.* University of Chicago Press, 2009.

29 Mario Vargas Llosa. «Periodismo y creación: 'Plano americano'». *El País*, 19 de mayo de 2013.

30 *Telling True Stories: A Nonfiction Writer's Guide*, *op. cit.*

31 Entrevista con George Plimpton y Max Steele. *Paris Review*. Otoño de 1955.

32 William Zinsser. *On Writing Well*. Collins, 2011.

33 Lawrence Downes, escritor de editoriales para *The New York Times*, en un artículo aparecido en ese periódico el 16 de junio de 2008.

34 José María Izquierdo, *¿Para qué servimos los periodistas?* Catarata, Madrid, 2013.

35 Elizabeth Jarrett, *Transformers: Insight Into Modern Newsroom Approach*. Newspaper Publishers Association, 2012.

36 Doug Fisher, *Does Copy Editing Matter?* En el *blog* «Common Sense Journalism», 17 febrero de 2005.

37 De su *blog* «Lluvia racheada», que se publica en ABC.es.

38 Lluís Bassets. *El último que apague la luz. Sobre la extinción del periodismo*. Taurus, Madrid, 2013.

39 *Why the Copy Desk Matters to a Successful and Profitable Newspaper*. Comentarios de Bob Giles en el Freedom Forum Diversity Institute, Nashville, 21 de noviembre de 2003.

40 *Ronda Iberia*. Febrero de 2010.

Para saber más

Álex Grijelmo. *El estilo del periodista*. Taurus, 16ª edición, 2008. Una obra excepcional: casi 600 páginas sobre lo que debemos saber y practicar los periodistas.

Jordi Pérez Colomé. *Cómo escribir claro*. Editorial UOC, 2011. Un libro excelente que explica de forma breve pero contundente lo que promete el título.

William Zinsser. *On Writing Well*. Collins, 2011. El mejor libro —con diferencia— sobre el oficio de escribir prosa de no ficción.

William Strunk, Jr. y E. B. White. *The Elements of Style*. Macmillan, 2001. Esta breve obra clásica se sigue editando tras casi un siglo.

Harold Evans. *Essential English for Journalists, Editors and Writers*. Pimlico, 2000.

Stanley Nelson. *Telling True Stories: A Nonfiction Writer's Guide*. Plume, 2007. Decenas de los periodistas y autores norteamericanos más destacados ofrecen ideas sobre su oficio.

Nigel Warburton. *Cómo aprender a escribir*. Paidós Ibérica. 2012. Valioso ensayo dirigido a quienes necesitan redactar trabajos escritos, hacer presentaciones orales o responder a preguntas en los exámenes.